

Departamento de Ciências e Tecnologias da Informação

**Uso do Telemóvel: Influência do Uso do Telemóvel no Quotidiano  
das Pessoas**

Jorge Humberto Vistas Caracol

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de  
Mestre em Gestão de Sistemas de Informação

Orientador:  
Doutor Bráulio Alexandre Alturas, Professor Auxiliar,  
ISCTE-IUL

Outubro, 2018



## **Agradecimentos**

Ao meu orientador, Professor Bráulio Alexandre Alturas, agradeço toda a sua orientação e paciência, pois sem isso não teria levado a tese a “bom porto”.

À minha família que sempre me acompanhou em todas as alturas do mestrado e sentia que tinha o apoio incondicional deles para o que fosse necessário.

À minha irmã por me ter ajudado a completar a tese com aspetos de psicologia e pelo apoio em melhorar sempre o conteúdo da mesma e à Ana Marta pela paciência em rever a dissertação várias vezes.

Aos amigos que sempre estiveram presentes nas alturas em que me sentia perdido e sem rumo, sem esquecer a ajuda preciosa que me deram em terem partilhado o meu questionário por todos os seus contactos, conseguindo assim chegar a todas as conclusões.

Às pessoas que dispensaram um bocadinho do seu tempo para responder ao questionário, pois sem eles não seria capaz de obter estes dados, nem de realizar este estudo e concluir a dissertação.

A todos os que enumerei o meu sincero “Obrigado por tudo”.



## Resumo

A utilização do *smartphone* na sociedade tem vindo a crescer através da introdução de novos dispositivos móveis no mercado e da rápida evolução das tecnologias para fazer com que este dispositivo móvel perca as funções principais de efetuar chamadas e enviar mensagens e adquira também as funções de um computador com uma baixa capacidade de processamento.

Grande parte da responsabilidade da adição destas novas funcionalidades ao telemóvel característico foi das empresas de telecomunicações com as campanhas de marketing, pois se as pessoas adquirissem um telemóvel melhor davam mais dados móveis, mas também das empresas de desenvolvimento de *smartphones* e das aplicações que iriam ser instaladas no mesmo.

Com este novo dispositivo no mercado, as pessoas têm a tendência de o querer adquirir visto que chegam à conclusão que com poucos *clicks* conseguem efetuar algumas funções que anteriormente apenas conseguiam se estivessem no computador. Esta aquisição trouxe inúmeras vantagens na vida das pessoas, tanto a nível pessoal como profissional como o facto de poderem andar mais organizados e em permanente contato com o meio social, mas também desvantagens como a dependência e o excesso de utilização.

Esta dissertação mostra qual é a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem.

Assim, foi realizado um estudo exploratório com um processo metodológico quantitativo, através da aplicação de questionários, tendo-se verificado que: as pessoas utilizam o *smartphone* para facilitar as suas tarefas diárias; as pessoas utilizam o *smartphone* com mais ou com menos frequência dependendo das situações em que se encontram; o *smartphone* tem vindo a ter um crescente peso na vida das pessoas e o mesmo torna as pessoas dependentes nas mais variadas tarefas que queiram desempenhar.

**Palavras-Chave:** Telemóvel, *smartphone*, uso do *smartphone*, stress tecnológico, rede social, vício, relações pessoais, desenvolvimento psicológico, uso compulsivo de *smartphones*, ansiedade de interação social, desempenho académico.

## **Abstract**

The use of smartphones in society has been growing through the introduction of new mobile devices in the market and the rapid evolution of technologies to make this mobile device lose the main function of making calls, send messages and also acquire the functions of a computer with a low processing capacity.

Much of the responsibility for adding these new features to the mobile phone was the telecommunications companies that with the marketing campaigns, where people bought a mobile phone gave more mobile data, but also smartphone development companies and the applications that would be installed on it.

With this new device on the market, people tend to acquire it and once they come to the conclusion that with a few clicks that can perform some functions that they previously could only do if they were on the computer. This acquisition has brought many advantages in people's life's, personal and professional lives such as the fact that they can live in a more organized way and in permanent contact with social environment, but also disadvantages such as dependence and overuse.

This dissertation shows the influence that the mobile phone has on the daily lives of people, especially if it can cause dependence on the same without realizing it.

Thus, an exploratory study was carried out with a quantitative methodological process, through the application of questionnaires, and it was verified that: people use the smartphone to facilitate their daily tasks; people use their smartphone more or less often depending on the situation they are in; the smartphone has been growing in people's lives and it has made people dependent on the most varied tasks they want to play.

**Keywords:** Cell phone, Smartphones, smartphone usage, technological stress, social network, addiction, personal relationships, psychological development, compulsive usage of smartphones, social interaction anxiety, academic performance

## Índice

<b>Agradecimentos</b> .....	<b>i</b>
<b>Resumo</b> .....	<b>ii</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>iii</b>
<b>Índice</b> .....	<b>iv</b>
<b>Índice de Tabelas</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de Figuras</b> .....	<b>ix</b>
<b>Índice de Gráficos</b> .....	<b>x</b>
<b>Lista de Abreviaturas e Siglas</b> .....	<b>xi</b>
<b>Capítulo 1 – Introdução</b> .....	<b>1</b>
1.1. Enquadramento do tema .....	1
1.2. Motivação e relevância do tema .....	3
1.3. Questões e objetivos de investigação.....	4
1.4. Abordagem metodológica.....	5
1.5. Estrutura e organização da dissertação .....	6
<b>Capítulo 2 – Revisão da Literatura</b> .....	<b>7</b>
2.1. Telecomunicações.....	7
2.2. Smartphones.....	12
2.2.1. Adoção de um novo produto numa sociedade.....	12
2.2.2. Utilização do novo produto .....	15
2.3. Comportamento de Utilização .....	18
2.3.1. Redes Sociais.....	18
2.3.2. Viagens .....	20
2.3.3. Excesso de Utilização.....	23
2.3.4. Aspetos positivos da utilização do <i>Smartphone</i> .....	27
2.4. Relações Interpessoais .....	29
<b>Capítulo 3 – Metodologia</b> .....	<b>31</b>
3.1. Desenho de investigação.....	31
3.2. Objetivos de investigação .....	32
3.3. Hipóteses de investigação .....	33
3.4. Método .....	34
3.4.1. Amostra .....	34
3.4.2. Variáveis em Estudo.....	34
3.4.3. Instrumento de Medida.....	35
3.4.4. Procedimento .....	36
3.4.5. Tratamento de dados.....	36

<b>Capítulo 4 – Análise e discussão dos resultados .....</b>	<b>37</b>
4.1. Análise Descritiva.....	37
4.1.1. Processo de amostragem.....	37
4.1.2. Perfil e dimensão da amostra.....	38
4.2. Teste das Hipóteses.....	41
4.2.1. Análise exploratória dos dados (ACP) .....	41
4.2.2. Teste das hipóteses em estudo (ANOVA).....	47
4.2.3. Análise de Correlações .....	61
4.3. Discussão de Resultados .....	63
<b>Capítulo 5 – Conclusões e recomendações .....</b>	<b>67</b>
5.1. Principais conclusões .....	67
5.2. Implicações desta investigação .....	69
5.3. Limitações do estudo .....	70
5.4. Propostas de investigação futura.....	71
<b>Bibliografia.....</b>	<b>73</b>
<b>Apêndices.....</b>	<b>77</b>
Apêndice A – Questionário .....	78
Apêndice B – Estatísticas Descritivas .....	81
Apêndice C – Análise Fatorial.....	86

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Utilizadores de serviços típicos da banda larga móvel.....	8
Tabela 2 - Descrição da variável Idade .....	38
Tabela 3 - Componentes principais das motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia .....	41
Tabela 4 - Componentes principais para compreender o quanto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional ou durante uma viagem .....	43
Tabela 5 - Componentes principais para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.....	45
Tabela 6 - Resultados das hipóteses da investigação. ....	47
Tabela 7 - Análise descritiva da variável dependente dependência com a variável independente género .....	48
Tabela 8 - Teste de normalidade entre a variável dependete dependência com a variável idependente género .....	48
Tabela 9 - Teste da homogeneidade das variâncias entre a variável dependente dependência e a variável independente género.....	48
Tabela 10 - Análise da variância univariada da variável dependente dependência com a variável independente género .....	49
Tabela 11 - Análise descritiva da variável dependente dependência com a variável independente estado civil.....	49
Tabela 12 - Teste de normalidade entre a variável dependente dependência e a variável independente estado cívil.....	50
Tabela 13 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente dependência com a variável independente estado civil .....	50
Tabela 14 - Teste da variância univariada da variável dependente dependência e da variável independente estado civil.....	50
Tabela 15 - Análise descritiva da variável dependente social e da variável independente género .....	51
Tabela 16 - Teste de normalidade da variável dependente social e da variável independente género .....	51
Tabela 17 - Teste da homogeneidade das variâncias entre a variável dependente social com a variável independente género .....	51
Tabela 18 - Teste da variância univariada da variável dependente social com a variável independente género .....	52
Tabela 19 - Análise descritiva da variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil.....	52
Tabela 20 - Teste da normalidade entre a variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil.....	53
Tabela 21 - Teste da homogeneidade da variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil.....	53
Tabela 22 - Teste da variância univariada da variável dependente entretenimento e a variável independente estado civil.....	53
Tabela 23 - Análise descritiva da variável dependente social com a variável independente estado civil.....	54
Tabela 24 - Teste da normalidade entre a variável dependente social e da variável independente estado cívil.....	54
Tabela 25 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente social e da variável independete estado civil.....	55

Tabela 26 - Tabela da variância univariada da variável dependente social com a variável independente estado civil.....	55
Tabela 27 - Análise descritiva da variável dependente frequência com a variável independente atividade profissional .....	56
Tabela 28 - Teste de normalidade da variável dependente frequência com a variável independente atividade profissional .....	57
Tabela 29 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente frequência e da variável independente atividade profissional.....	57
Tabela 30 - Tabela de variância univariada da variável dependente frequência e da variável independente atividade profissional .....	57
Tabela 31 - Análise descritiva da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional .....	58
Tabela 32 - Teste de normalidade da variável dependente dependência com a variável independente atividade profissional .....	59
Tabela 33 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional.....	59
Tabela 34 - Tabela da variância univariada da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional .....	59
Tabela 35 - Resultado da verificação das hipóteses em causa .....	60
Tabela 36 - Correlações entre dimensões .....	61
Tabela 37 - Tabela de frequências e medidas descritivas das variáveis Idade .....	81
Tabela 38 - Tabela de frequências da variável Idade .....	81
Tabela 39 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Género .....	82
Tabela 40 - Tabela de frequências da variável Género .....	83
Tabela 41 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Estado Cívil .....	83
Tabela 42 - Tabela de frequências da variável Estado Civil .....	83
Tabela 43 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Escolaridade .....	84
Tabela 44 - Tabela de frequências da variável Escolaridade.....	84
Tabela 45 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Atividade Profissional.....	85
Tabela 46 - Tabela de frequências da variável Atividade Profissional .....	85
Tabela 47 - Tabela de frequências da variável Utilização Diária do Smartphone .....	86
Tabela 48 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Utilização Diária do Smartphone.....	86
Tabela 49 - Tabela de frequências da variável das seguintes, identifique por ordem de importância as principais utilizações que dá ao smartphone.....	86
Tabela 50 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável das seguintes, identifique por ordem de importância as principais utilizações que dá ao smartphone .	87
Tabela 51 - Tabela de frequências da variável escolha entre 1 (nenhuma motivação) a 5 (principal motivação) das razões abaixo apresentadas para utilização do smartphone..	88
Tabela 52 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável escolha entre 1 (nenhuma motivação) a 5 (principal motivação) das razões abaixo apresentadas para utilização do smartphone.....	88
Tabela 53 - Tabela de frequências da variável resposta às perguntas abaixo, consoante se discorda totalmente ou se concorda totalmente.....	89
Tabela 54 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável resposta às perguntas abaixo, consoante se discorda totalmente ou se concorda totalmente .....	89
Tabela 55 - Tabela de frequências da variável resposta às perguntas abaixo, em que 1 (Nunca) e 5 (Sempre) .....	89

Tabela 56 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável resposta às perguntas abaixo, em que 1 (Nunca) e 5 (Sempre).....	90
Tabela 57 - Tabela de frequências da variável quando vai de férias, em que medida usas o telemóvel para (1-5).....	90
Tabela 58 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável quando vai de férias, em que medida usas o telemóvel para (1-5) .....	91
Tabela 59 - KMO e Teste de Bartlett para as motivações e tipos de utilização diária ...	91
Tabela 60 - Comunalidades para as motivações e tipos de utilização diária.....	91
Tabela 61 - Variância total explicada para as motivações e tipos de utilização diária...	92
Tabela 62 - Matriz de Transformação das componentes principais para as motivações e tipos de utilização diária .....	93
Tabela 63 - Matriz de correlação do componente 1 - Internet.....	94
Tabela 64 - Matriz de correlação do componente 2 - Entretenimento .....	95
Tabela 65 - Matriz de correlação da componente Agenda .....	97
Tabela 66 - Matriz de correlação da componente Telefone .....	97
Tabela 67 - KMO e Teste de Bartlett para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem ....	98
Tabela 68 - Comunalidades para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem .....	98
Tabela 69 - Variância total explicada para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem ....	99
Tabela 70 - Matriz principal dos componentes para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem .....	100
Tabela 71 - Matriz de correlação de componente Social.....	101
Tabela 72 - Matriz de correlação da componente Férias.....	101
Tabela 73 - Matriz de correlação da componente Frequência.....	102
Tabela 74 - Matriz de Correlações da componente Individual.....	103
Tabela 75 - KMO e Teste de Bartlett para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.....	103
Tabela 76 - Comunalidades para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.....	104
Tabela 77 - Variância total explicada para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.....	104
Tabela 78 - Matriz de componentes para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.....	104

## **Índice de Figuras**

Figura 1 - Evolução dos dispositivos móveis .....	18
Figura 2 - Modelo de smartphone usado em viagens .....	22

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Serviços de banda larga .....	9
Gráfico 2 - Percentagem do uso da Internet em 2017 .....	10
Gráfico 3 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (SMS) .....	11
Gráfico 4 - Idade.....	38
Gráfico 5 - Género.....	39
Gráfico 6 - Estado Civil.....	39
Gráfico 7 - Escolaridade .....	40
Gráfico 8 - Atividade Profissional.....	40

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

ACP – Análise de Componentes Principais

ANACOM – Autoridade Nacional das Comunicações

ANOVA – Análise de variância

MMS – Mensagem Multimédia

OTT – Over the Top Media Services

SMS – Mensagem Escrita

SPSS – Statistical Package for the Social Science

STM – Serviço Telefónico Móvel

## Capítulo 1 – Introdução

### 1.1. Enquadramento do tema

O telemóvel passou rapidamente de um instrumento cujo único objetivo era efetuar chamadas e enviar mensagens a partir de um emissor até um recetor, para um instrumento onde é possível ouvir música, tirar fotografias com a mesma qualidade que uma máquina fotográfica, etc. transformando-se num dispositivo denominado por “*smartphone*”.

Começaram, por isso, a surgir diversos estudos onde se procura compreender como é que esta tecnologia é inserida na sociedade e onde se revelam tendências de comportamento (Campbell, 2006; Fortunati, 2002).

O telemóvel tem como características efetuar chamadas e permite-nos estar em contacto com o mundo digital em qualquer lugar, permitindo-nos satisfazer as nossas necessidades quotidianas, sejam elas de cariz de segurança, conveniência na coordenação, intensificação da sociedade, mobilidade, diversão (Palen *et al.*, 2000; Hoflich e Rossler, 2002) e até mesmo ser possível efetuar compras *online* com a mesma facilidade de como se as pessoas se dirigissem a uma loja, ou ainda, consultar o correio eletrónico, ver a meteorologia, aceder a redes sociais. Estes factos fazem com que o instrumento tenha bastante aderência a nível mundial.

Nos anos 90 apenas os adultos é que tinham acesso ao telemóvel uma vez que era um objeto que era de difícil acesso mas com o passar dos anos o impacto do telemóvel na vida das pessoas varia consoante a idade e o género. No que diz respeito à idade, para um adolescente o telemóvel assume uma importância maior que na vida de um adulto (Eliot e Jankel-Elliot, 2003). Também são diferentes os motivos e as necessidades destes dois grupos em utilizar o mesmo (Charlton *et. al*, 2002; Yoon, 2006). Na população adolescente, destacam-se as necessidades de afirmação da identidade e da presença em grupo (Lorente, 2002:17). Na população adulta, destaca-se a necessidade, cada vez maior, das pessoas utilizarem o telemóvel mais num ambiente profissional onde é necessário entrar em contacto com variadíssimas pessoas, consoante a profissão onde os mesmos operam (Lorente, 2002:17).

No que diz respeito ao género, os homens são os mais instrumentais e as mulheres mais emotivas. Os primeiros utilizam os telemóveis, na maior parte das vezes, por motivos profissionais, enquanto as mulheres servem-se dele para coordenar o quotidiano profissional, doméstico e familiar (Puro, 2002). Entre os jovens, os rapazes utilizam-no para uma componente mais lúdica, e utilizam-no sobretudo para coordenação. Já as

raparigas utilizam-no para manter a relação com os pares, para expressar emoções e personalizam mais os seus aparelhos (Hoflich e Rossler, 2002; Kasesniemi e Rautiainen, 2002; Mante-Meijer e Pires, 2002; Ling 2004).

Wilska (2003: 451) distingue três tipos de utilização entre os jovens, consoante a frequência e a importância desta tecnologia: uso dependente, uso segundo tendências e uso superficial; por outro lado, Ling e Yttri (2000) surgem com uma distinção relativa à finalidade de utilização: a macrocoordenação que consiste numa utilização para a gestão de atividades quotidianas e a hipercoordenação que corresponde a uma utilização simbólica para expressar emoções e afirmar a identidade e a pertença em grupos. Aoki e Downes (2003: 353-358) propõem cinco perfis de utilizadores consoante a sua utilização, são eles o custo, segurança, dependência, sofisticação e prático.

A maior parte destas investigações, tendo por base este tema, observa um aumento de conectividade social que consideram consequência da utilização frequente deste dispositivo (Plant, 2001; Lasen, 2004; Vicent e Harper, 2003; Rosen 2004).

Algumas das investigações que foram desenvolvidas comparam a interação das pessoas pessoalmente com a utilização do telemóvel, onde justificam que as diferenças no processo de comunicação se refletem nas redes de relações. Através do telemóvel, a interação é mais frequente, curta e informal e tem um conteúdo menos complexo (Vicent e Harper, 2003: 7-11). Mas o facto de as pessoas estarem sempre a utilizar este meio de comunicação faz com que reforce relações pois é como se fosse permanente. Ou seja, o telemóvel representa a presença virtual entre duas ou mais pessoas que estão a comunicar entre elas (Plant, 2001: 56).

Por consequência, este aumento da utilização do telemóvel faz com que os utilizadores que aderem a esta tecnologia (que corresponde a maior parte da nossa sociedade) comunicam mais, mas com as mesmas pessoas, dificultando o surgimento de novas relações (Vicent e Harper, 2003: 8-13). Para além disso o conhecimento de novas pessoas através dos *smartphones* pode ser tanto um obstáculo como um facilitador uma vez que a pessoa que o utiliza pode assumir uma identidade que não é a dela.

Logo, o que se pretende estudar é qual a influência que o telemóvel tem no quotidiano da sociedade.

## 1.2. Motivação e relevância do tema

Escolheu-se este tema pelo motivo da presença cada vez mais acentuada dos *smartphones* na vida das pessoas, bem como toda a facilidade que permite no estabelecimento de relações entre as mesmas.

Se por um lado, esta nova tecnologia permite que uma pessoa mais tímida, com dificuldades no estabelecimento de relações com as pessoas que se encontram à sua volta, se exprima de forma a criar novas amizades, por outro lado parece que é cada vez mais difícil investir nas relações já existentes e que surgem sem a ajuda das tecnologias.

A importância que o telemóvel tem na vida das pessoas e no seu dia a dia, a exposição que por via da sua utilização as mesmas têm nas redes sociais (uma vez que é muito mais fácil aceder a estas redes), tem bastante influência na vida as pessoas, mas para além das vantagens, são inúmeras as desvantagens.

Este aumento das tecnologias e da facilidade a que elas são acedidas diariamente colaboram para uma maior exposição da vida pessoal, onde as pessoas de uma maneira direta ou indireta sentem a necessidade de expor a sua vida pessoal e acabam por não conseguir distinguir onde é que a sua privacidade começa ou acaba.

Diariamente as pessoas andam tão dependentes do *smartphone* que já não se apercebem que isso faz com que fiquem expostas a perigos que existem no dia a dia, como por exemplo, atravessar a estrada, cair numa linha de metro, irem contra algum obstáculo. Ou seja, supondo que uma pessoa ia bastante distraída com o seu *smartphone* quando se dirigia para o trabalho, que não se apercebeu que se estava a aproximar cada vez mais da margem e conseqüentemente caiu à água sendo levada pela corrente.

O que se ganha com esta pesquisa é perceber o porquê das pessoas estarem tão dependentes desta tecnologia ao ponto de influenciar o seu dia a dia e quais são os ganhos ou as perdas que as pessoas têm com a construção de relações através do telemóvel em vez de, por exemplo, uma ida ao café.

### 1.3. Questões e objetivos de investigação

Tendo em conta os estudos já realizados, que levam a tentar explicar o porquê deste tema, levanta-se a seguinte **questão de partida**: em que medida o telemóvel é importante no quotidiano dos utilizadores?

Para este tema, temos como **função de pesquisa**, a função de compreender em que medida é que as pessoas estão tão ligadas ao telemóvel no seu dia a dia, independentemente de ser usado na sua vida pessoal ou profissional.

Posto isto, o grande objetivo que se pretendeu estudar foi de perceber qual é a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem. Perante isto, surgiram os seguintes objetivos específicos:

1 – Verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes do dia a dia.

2 – Compreender até que ponto é que o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, como profissional, como durante uma viagem.

3 – Compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.

#### **1.4. Abordagem metodológica**

No sentido da concretização de pesquisa mencionada acima, a metodologia adotada passou pela análise do quão as pessoas estão dependentes do telemóvel no seu quotidiano e em que medida é que esse hábito afeta a relação com os outros, em termos, por exemplo, de interpretação do que a outra pessoa diz através da frase que escreveu. Portanto, apresenta-se nesta investigação um estudo exploratório com um processo metodológico quantitativo, através da aplicação de questionários. Como critério utilizado para a seleção da amostra seria todas as pessoas que tivessem disponibilidade para responder, pois assim conseguimos perceber até que ponto é que a idade influencia a utilização do telemóvel e se utilizamos o mesmo para trabalhar ou não trabalhar.

Para tal, optou-se por:

Aplicar questionários aos utilizadores do telemóvel no sentido de determinar até que ponto é que as pessoas estão dependentes do telemóvel na sua vida e até que ponto é que o mesmo é influente no quotidiano dos utilizadores.

Como variáveis independentes, considerou-se dados sociodemográficos e estrato social.

### **1.5. Estrutura e organização da dissertação**

O presente estudo está organizado em cinco capítulos que pretendem refletir as diferentes fases até à sua conclusão.

O primeiro capítulo introduz o tema da investigação e objetivos da mesma bem como uma breve descrição da estrutura do trabalho.

O segundo capítulo reflete o enquadramento teórico, designado por Revisão da literatura.

O terceiro capítulo é dedicado à Metodologia utilizada no processo de recolha e tratamento de dados bem como os métodos de análise utilizados.

O quarto capítulo apresenta a análise dos resultados obtidos, de acordo com a metodologia que se entendeu apropriada.

No quinto e último capítulo apresentam-se as conclusões deste estudo bem como as recomendações, limitações e trabalhos futuros.

## Capítulo 2 – Revisão da Literatura

### 2.1. Telecomunicações

O sector das telecomunicações em Portugal tem vindo a sofrer profundas alterações com o aparecimento de novas potencialidades e serviços inovadores, nomeadamente desde o aparecimento dos dispositivos móveis denominados por *smartphones* (Cadeias & Valor, 2007). Com este aparecimento, a mobilidade veio permitir o aparecimento da possibilidade de reconfiguração do sector.

Esta massificação, que tem vindo a ocorrer, deve-se às estratégias utilizadas pelos *players* deste mercado e à queda dos preços dos equipamentos e serviços, em junção com os sistemas de tarifários pré-pagos (Cadeias & Valor, 2007).

Segundo estudos efetuados pela ANACOM, os utilizadores efetivos de serviços típicos de banda larga móvel (isto é, transmissão de dados em banda larga, mobile TV, etc.) atingiram o valor mais elevado até meio do ano de 2017, cerca de 6.8 milhões, representado assim 52.6% das estações móveis com utilização efetiva. O crescimento da utilização destes serviços está consequentemente associado ao aumento dos utilizadores da Internet no telemóvel, nomeadamente quando integrada em ofertas em pacote, e à crescente penetração dos *smartphones*.

Os utilizadores de mensagens escritas (sms) têm vindo a diminuir consequentemente com o aumento dos serviços descritos acima, uma vez que as pessoas começam a utilizar com muito mais frequência os serviços de internet móveis, em vez de enviarem mensagens pois é necessário ter um tarifário que cobra os gastos das sms.

No segundo trimestre de 2017, os utilizadores que costumam usufruir do serviço de banda larga móvel correspondem a cerca de 13.8 milhões, mais 4.1% do equivalente ao trimestre anterior, obtendo assim um máximo histórico registado (Tabela 1).

Tabela 1 - Utilizadores de serviços típicos da banda larga móvel

2.º Trimestre de 2017	Var. Trimestral (+/-) (%)		Var. Homóloga (+/-) (%)	
	Nº total de utilizadores de serviços típicos da banda larga móvel (habilitados)	13.809	549 4,1%	387
dos quais utilizadores de serviços 3G, <i>upgrades</i> e <i>standards</i> equivalentes ativos (que registaram tráfego no último mês do período de reporte)	6.837	229 3,5%	1.029	17,7%
dos quais <u>utilizadores do serviço de acesso à Internet em banda larga</u>	6.720	224 3,4%	1.042	18,4%
dos quais <u>utilizadores com tarifário específico para acesso à Internet em banda larga</u>	1.357	-3 -0,2%	-256	-15,9%
dos quais com ligação à Internet através de <i>tablet/PC</i>	561	16 2,9%	-4	-0,6%
dos quais com ligação à Internet através de <u>telemóvel</u>	6.159	208 3,5%	1.046	20,5%

Unidade: milhares de utilizadores, %  
 Fonte: ANACOM

O número de utilizadores que efetivamente utilizam serviços característicos de 3ª/4ª geração totaliza o valor mais alto registado até 2007, uma vez que cada vez mais as pessoas dão mais uso ao telemóvel para satisfazer vários tipos de necessidade ou então para se manterem entretidas em determinada altura do dia. Os utilizadores deste serviço constituem 52.6% do total de estações móveis (Cadeias & Valor, 2007).

De acordo com o Barómetro de Telecomunicações da Marktest (correspondente ao mês de junho de 2017), o principal motivo de os utilizadores não possuírem uma internet fixa é o facto de as pessoas preferirem a banda larga móvel.

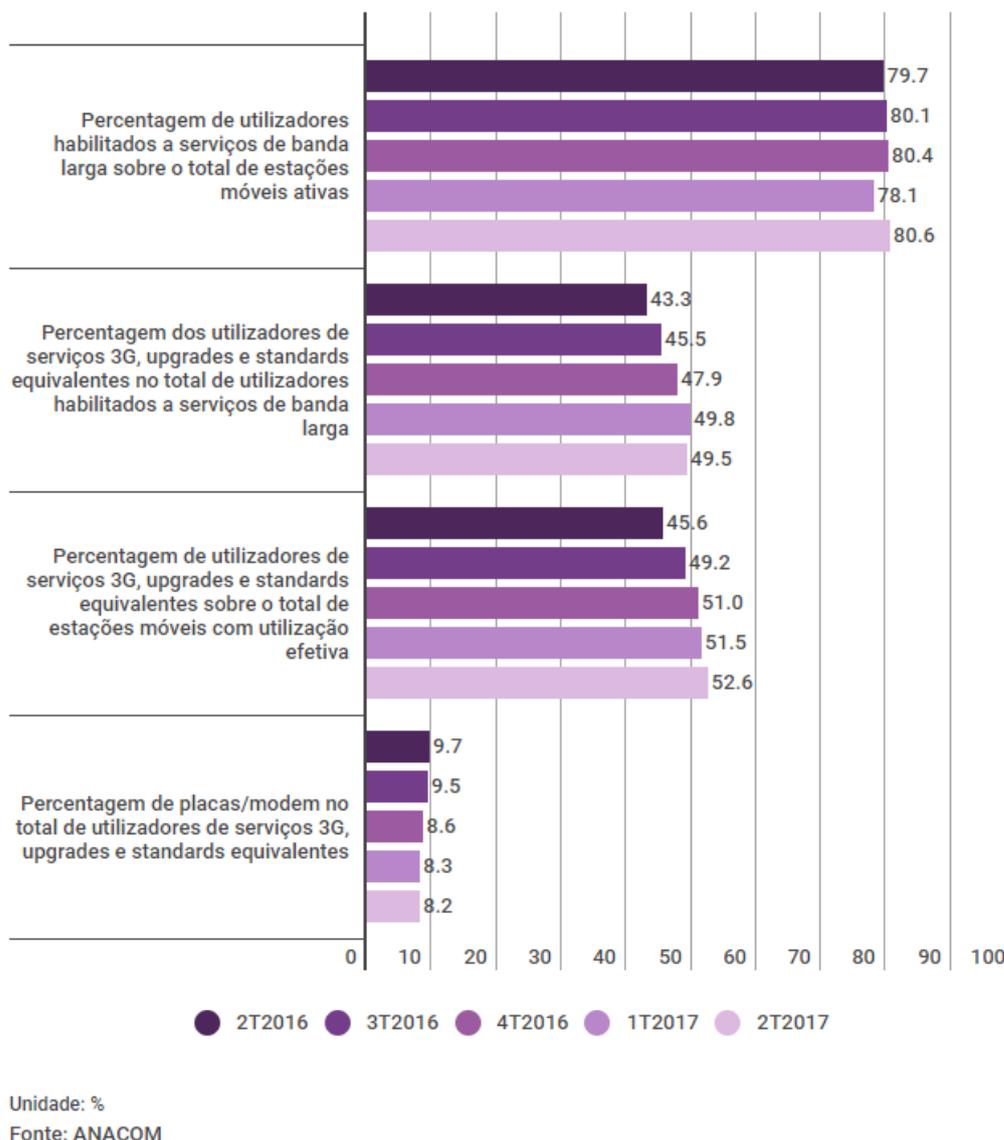
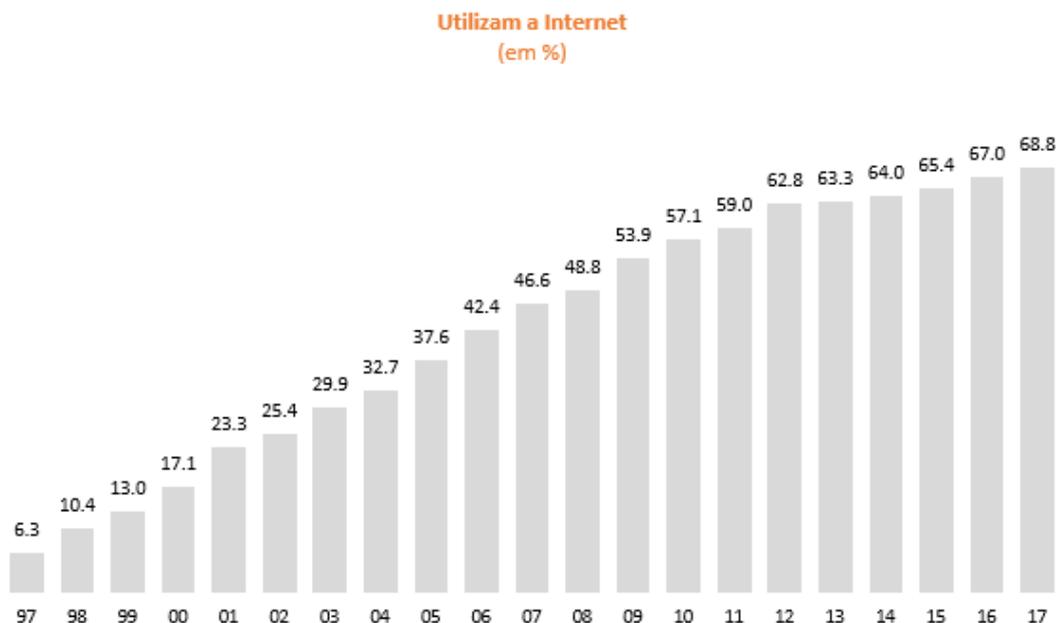


Gráfico 1 - Serviços de banda larga

No Gráfico 1 encontra-se a evolução da utilização da Internet.

A utilização da Internet por pessoas com quinze ou mais anos é de cerca de 68.8% da população (cerca de 5.9 milhões de utilizadores). Isto mostra que com o passar dos anos (pelo menos os últimos vinte anos), o uso da internet aumentou cerca de onze vezes (Gráfico 2) e a sua utilização passou de 6.3% para 68.8% observados em 2017 (Grupo Merktessst, 2017).



Fonte: Marktest, Bareme Internet

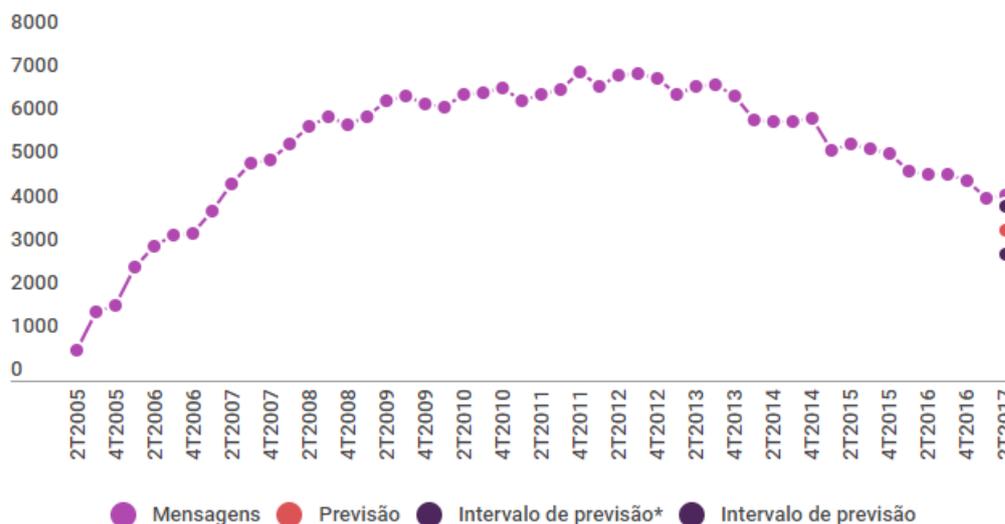
Gráfico 2 - Percentagem do uso da Internet em 2017

Este crescimento verifica-se devido à aderência aos serviços 3G (que foram desenhados para aumentar a capacidade de voz e fornecer maior velocidade na transmissão de dados (Cadeias & Valor, 2007)) e 4G como também ao facto de se verificar um aumento no acesso à Internet através do telemóvel, uma vez que cada vez mais existe um variadíssimo número de diferentes pacotes de oferta de telecomunicações e devendo-se também ao facto da massificação dos *smartphones*. A utilização dos *smartphones* atingiu 72.7% em junho de 2017.

O serviço mais utilizado de acesso à Internet através do telemóvel que corresponde a 78% dos utilizadores que acedem à Internet através do telemóvel, utilizam-no para aceder ao e-mail e às redes sociais. Por outro lado, o envio de mensagens instantâneas é o segundo serviço mais utilizado. Também conseguimos verificar que existe algum destaque para os serviços que suportam ouvir música *online* (como o Spotify, Google Music ou o iTunes) e ao aumento dos serviços Over the Top Media Services (OTT) para a realização de chamadas como o Skype, WhatsApp, Viber, etc (ANACOM, 2016; Cadeias & Valor, 2007).

Conforme podemos consultar no Gráfico 3 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (SMS), o fator que provoca a diminuição de envio de mensagens escritas é, sobretudo, pelo aparecimento de formas de comunicação alternativas, como os serviços de *instant*

*messaging* (conforme identificado anteriormente), que são utilizados por indivíduos com dez ou mais anos, segundo o Barómetro de Telecomunicações de Marktest. Este dado mostra que o uso dos *smartphones* é cada vez mais utilizado por pessoas mais novas e que qualquer pessoa tem acesso muito facilitado a este recurso (ANACOM, 2016).



Unidade: milhões de mensagens

Fonte: ANACOM

Nota 1: Intervalo de previsão a um nível de significância de 95%.

Nota 2:

Recorreu-se ao modelo de regressão linear com tendência linear e quadrática ( $t$  e  $t^2$ ):  $Y_t = 999.203 + 432.069t - 7.782t^2$ .  
Calcularam-se igualmente os seguintes índices de sazonalidade (modelo aditivo): T1= - 105.142; T2= -15.304; T3= 92.735 e T4= 27.711. O coeficiente de determinação ajustado ( $R^2$  ajustado) do modelo é 0,96.

Gráfico 3 - Evolução do tráfego de mensagens escritas (SMS)

De acordo com estudos psicológicos é nestas idades que as pessoas começam a estabelecer relações com os outros e é onde se começa a construir as bases de relacionamento (Fachada, 2003).

Segundo os dados do segundo trimestre de 2016, tanto as videochamadas realizadas como as mensagens multimédia (MMS) enviadas foram muito menores em comparação com trimestres anteriores (Cadeias & Valor, 2007). Esta redução poderá estar associada a ofertas com dados móveis lançados pelos operadores, assim como o volume de tráfego utilizado pelas pessoas portadoras de *smartphones*, que existem nas ofertas que foram disponibilizadas no mercado onde, de uma maneira indireta, incentiva à realização de chamadas, chamadas de vídeo, envio de SMS e partilha de MMS, através de aplicações OTT (ANACOM, 2016).

## 2.2. Smartphones

### 2.2.1. Adoção de um novo produto numa sociedade

As pessoas têm alguma resistência no que toca a adotar novas tecnologias porque o primeiro pensamento é que é muito complicada de entender. O mesmo acontece com a adoção dos *smartphones* no quotidiano. Vários estudos realizados mostram que a maioria das pessoas ao usar o *smartphone* são os jovens e os jovens adultos (Cadeias & Valor, 2007) e quem diz a *smartphones* também diz que pode ser em relação a qualquer outro aparelho eletrónico (S. Y. Lee, 2014).

Segundo dados recolhidos da ANACOM em 2016, existe uma relação negativa entre a idade e a penetração do serviço telefónico móvel (STM). Conforme indicado acima, as idades compreendidas para maior utilização do *smartphone*, são dos 25-44 e dos 45-64, ou com um nível de instrução mais elevado (verificando-se também que quanto mais elevado é o nível de instrução, menos são as hipóteses de não possuírem um *smartphone*). As pessoas com idades superiores aos sessenta e quatro anos ou com um nível de instrução inferior não possuem normalmente este tipo de aparelho de comunicação (Cadeias & Valor, 2007).

A expansão destes novos modelos de telemóveis também afetará, numa fase inicial, os utilizadores com um elevado conhecimento tecnológico, mas a curto e médio prazo. A expansão passará também para as populações mais jovens, o que provoca que haja mais pressão no sentido de evoluir o serviço e modelos de negócio no mercado das telecomunicações (Cadeias & Valor, 2007).

Para um novo produto que é disponibilizado no mercado pelo menos uma pessoa tem a curiosidade de o utilizar e posteriormente existem mais pessoas que o adquirem pelos mesmos motivos. É importante perceber os fatores que influenciam essas primeiras aquisições do novo produto (S. Lee, 2014).

O autor Sang Yup Lee enumera quatro hipóteses que considera principais na aquisição de um novo produto, que são elas: A - influência interpessoal normativa; B - a influência da família; C - inovação do consumidor; D - uso que a pessoa vai dar ao *smartphone*.

- A. Apesar de existirem várias teorias utilizadas na influência interpessoal normativa no comportamento do indivíduo, a que é utilizada com uma maior frequência é a teoria do comportamento planeado (S. Y. Lee, 2014). Significa que a influência que umas pessoas fazem sobre outras afeta a tendência das

mesmas de se conformarem com as expectativas delas. Esta teoria ainda é dividida em influência expressiva de valor, que é quando uma pessoa tem a necessidade de se adaptar através da identificação com os outros e em influência utilitária, quando uma pessoa tenta corresponder às expectativas do meio onde está inserida. Isto permite que as pessoas se sintam influenciadas por outras em todas as decisões que tomem (S. Y. Lee, 2014). Por exemplo, numa organização todas as pessoas se vestem de fato (independentemente das políticas de *dress code* da organização) e se uma pessoa que vem de fora ingressar na mesma e for no seu primeiro dia de trabalho com uma roupa *casual*, vai sentir-se influenciada pelas pessoas que já se encontram na mesma, acabando por no segundo dia já aparecer com outro tipo de vestuário idêntico ao dos colegas.

- B. Está presente a influência da família quando há a decisão de adquirir um produto desejado, ou seja, as pessoas são mais influenciadas quando compram um produto para uso privado do que para uso público. Childers and Rao (1992) afirmam que, no caso dos adolescentes, eles são mais influenciados pelas pessoas do seio familiar uma vez que estão dependentes deles financeiramente.
- C. O facto das pessoas se quererem inovar tecnologicamente, é um fator importante que influencia a vontade da pessoa de adquirir um novo *smartphone* (Holbrook & Hirschman, 1982). O que explica esta vontade que as pessoas sentem em adquirir novos produtos é o facto de existir uma constante construção da inovação nos dias que correm (S. Y. Lee, 2014).
- D. Uma pessoa adere ao *smartphone* pois tem algumas semelhanças com os telemóveis, que a única funcionalidade que têm é efetuar chamadas e enviar mensagens e consegue ter mobilidade e a facilidade que tem quando está à frente de um computador (S. Y. Lee, 2014).

As relações que um individuo tem, são constituídas pelas pessoas que lhes são mais próximas, tais como a família, seja ela, a mãe, o pai, o irmão, como as que participam na vida desta de uma forma indireta, seja, ela, amigos ou colegas de trabalho (Furman & Buhrmester, 1985). Esta adoção também se deve à influência das tarifas praticadas pelas empresas de telecomunicações, a operadora em que a família está fidelizada e pelos serviços disponibilizados pela mesma, independentemente das redes *wifi* gratuitas disponibilizadas nas grandes cidades (Cadeias & Valor, 2007).

Assim, a operadora é um dos fatores chave no modelo de utilização deste aparelho (Cadeias & Valor, 2007).

Mas não são apenas as empresas de telecomunicações a influenciar a utilização dos *smartphones*, as empresas que fazem a construção do mesmo e o colocam no mercado a preços apetecíveis também têm um papel muito importante quando um adolescente pretende adquirir algum e isso faz com que cada vez mais estudantes possuem este dispositivo (Aljomaa, Mohammad, Albursan, Bakhiet, & Abduljabbar, 2016).

### 2.2.2. Utilização do novo produto

A forma como o indivíduo interage com o seu *smartphone* também tem muito a ver com os serviços que são disponibilizados através da sua operadora, pelas diversas modalidades de pagamento ou das tarifas praticadas pelas várias empresas. Por exemplo, as diversas publicidades, dos diferentes pacotes de tarifários existentes com que as pessoas se deparam todos os dias, quer quando vão na rua, ou quando ligam o rádio do carro, com o que passa na televisão ou durante os intervalos dos programas que mais gostam de ver faz com que sejam convencidos a subscreverem um determinado tarifário pois este vai ao encontro do que as pessoas necessitam para o uso que dão ao *smartphone* (Cadeias & Valor, 2007).

Atualmente, conforme já identificado anteriormente, o *smartphone* é muito mais que um mero telemóvel que as pessoas usam para fazer chamadas (Gökçearsan, Mumcu, Haşlaman, & Çevik, 2016; Samaha & Hawi, 2016) e é utilizado pelas diversas faixas etárias (Aljomaa et al., 2016). O *smartphone* tornou-se num instrumento de trabalho e lazer que é utilizado ao longo de todo o dia e para as diversas tarefas, sejam elas enviar mensagens escritas e mensagens multimédia ou realizar chamadas. Serve também como máquina fotográfica (cada vez mais as camaras que são equipadas nos telemóveis têm quase a mesma qualidade que qualquer maquina fotográfica que encontremos no mercado), calculadora, relógio, agenda, calendário, consola de jogos, multimédia, leitor de música (Aljomaa et al., 2016; ANACOM, 2016; Cadeias & Valor, 2007; Gökçearsan et al., 2016; Samaha & Hawi, 2016) a possibilidade de usar aplicativos do Office, caso a pessoa efetue algum *download* de aplicações como a *Play Store* ou a *Apple Store* (Aljomaa et al., 2016), e ainda permite que os seus utilizadores consigam fazer compras e gerir as suas finanças (Gökçearsan et al., 2016), tudo isto num ambiente de mobilidade.

Os *smartphones* também são pequenos computadores portáteis, uma vez que são constituídos por processadores cada vez mais eficientes e poderosos, sistemas operativos modernos, acesso à *Internet* e as interfaces são de fácil compreensão e interação com aplicações de igual nível de facilidade de interação (Gökçearsan et al., 2016; Wang, Xiang, & Fesenmaier, 2014).

Quando muitas pessoas acordam de manhã o *smartphone* é a primeira coisa que eles olham e quando vão dormir à noite é a última coisa que eles olham (Y. K. Lee, Chang, Lin, & Cheng, 2014). Isto mostra o nível de dependência na vida das pessoas que estes aparelhos conseguem ter e a forma como nos conseguem absorver no quotidiano das

mesmas. O uso excessivo deste dispositivo pode resultar numa obsessão e pode levar ao vício de utilização (Aljomaa et al., 2016, Y. K. Lee et al., 2014) e consequentemente levar as pessoas a viverem de forma isolada do mundo (Aljomaa et al., 2016).

Este uso obsessivo tem vindo a mudar “as rotinas diárias, hábitos, comportamentos, valores, relações familiares e interações sociais” bem como afetar a concentração e a compreensão (Aljomaa et al., 2016; Samaha & Hawi, 2016). Esta mudança, a longo prazo, pode vir a provocar distúrbios psicológicos e algumas associações governamentais e não-governamentais pois têm vindo a abrir centros de reabilitação para ajudar as pessoas a ultrapassarem essa dependência (Aljomaa et al., 2016; Samaha & Hawi, 2016). Quanto maior for o risco de dependência dos *smartphones*, maior será o nível de *stress* e quanto maior for este risco, maior será o risco de dependência (ou seja, torna-se tudo numa enorme “bola de neve” que não tem fim) (Aljomaa et al., 2016; Gökçearsan et al., 2016). São os estudantes universitários as pessoas mais propícias a serem obsessivas com estes aparelhos tecnológicos (Samaha & Hawi, 2016).

De acordo com estudos realizados a percentagem de adolescentes com idades compreendidas entre os quinze e os vinte e quatro anos de idade a utilizar este dispositivo tecnológico em países como Grã-Bretanha, EUA, Canadá, Alemanha e Itália é de 103 milhões (Aljomaa et al., 2016) mas o *smartphone* apenas é utilizado de uma forma comum, uma vez que, os mesmos vivem numa sociedade onde o constante uso das tecnologias é uma coisa vista como normal para que estejam atualizados, tanto ao nível informativo, sobre o que acontece no mundo, como ao nível social (Aljomaa et al., 2016).

Conforme estudos realizados nas operadoras portuguesas, são as camadas mais jovens que têm uma facilidade global para a utilização mais avançada dos dispositivos tecnológicos (*smartphone*), quer em termos do serviço disponibilizado pela operadora, como na potencialidade do equipamento que cada pessoa possui (Cadeias & Valor, 2007). Isto faz com que as operadoras tenham que se adaptar aos serviços que estão e que iriam disponibilizar pois são os consumidores que fazem o mercado e não o produto.

Neste momento não são os utilizadores destes dispositivos que se adaptam às ofertas disponibilizadas pelas operadoras, mas sim ao contrário. São as operadoras que, através das necessidades dos utilizadores, têm que ter capacidade de criar uma fonte infinita de oportunidades onde têm que cruzar tecnologias e suportes das mais diversas formas. Assim, o mercado das comunicações móveis tem matéria-prima para se reinventar todas as vezes que o mercado o pedir (ANACOM, 2016; Cadeias & Valor, 2007).

Também através de estudos realizados foi possível notar um maior envio de SMS, uma vez que existem novas soluções de tarifas. No quarto trimestre de 2016, foi registado um aumento significativo do envio de mensagens escritas, que superou as 3,3 mil milhões de mensagens. Isto é, um aumento de 1,3% face ao trimestre anterior e de 96,9% ao trimestre homólogo do ano anterior (ANACOM, 2016; Cadeias & Valor, 2007), isto faz com que seja cerca de 40% o número de adolescentes e adultos a usarem os *smartphones* mais de quatro horas por dia (Aljomaa et al., 2016; Gökçearsan et al., 2016). Para esta forma de comunicar foram transferidas as funções e atributos que antes estavam associados às relações interpessoais, ou o contacto através do telemóvel (chamada de voz).

## 2.3. Comportamento de Utilização

### 2.3.1. Redes Sociais

As Redes Sociais são utilizadas por milhões de utilizadores em todo o mundo, sejam elas crianças, adultos ou no mundo empresarial. Estas entidades podem criar perfis públicos ou semipúblicos para utiliza-los em diversos propósitos (Higgins, 2000), quer seja para partilha de fotografias (se for o caso de uma pessoa), ou para fazer campanhas de *marketing* (se for uma organização).

Como existem muitos utilizadores a utilizarem as redes sociais no seu dia a dia, por consequência também existe um grande número de redes sociais com vários recursos tecnológicos e que integram um conjunto de interesses, o que leva às pessoas a se inscrever nas mesmas (Conole, Galley, & Culver, 2011).

O que torna estes *sites* únicos não é o facto de uma pessoa ter a possibilidade de conhecer outras pessoas que não conhece mas sim de tornar visíveis as redes sociais dessa mesma pessoa para outras. Isto resulta numa nova forma de as pessoas conhecerem outras com muito mais facilidade (Conole et al., 2011).

A evolução da tecnologia não se verifica apenas no *hardware* utilizado mas também no *software*, ou seja, com a evolução dos recursos tecnológicos os *sites* conseguiram incorporar novas ferramentas de comunicação (conectividade móvel) e informação (*logs* e compartilhamento de fotos e vídeos). Isto faz com que a noção de tempo e espaço comece a ser uma questão muito relativa, uma vez que estamos à distância de um *click* para que a outra pessoa tenha uma resposta (Schneider, 2016).

A Figura 1 mostra uma imagem ilustrativa sobre a evolução dos dispositivos móveis.

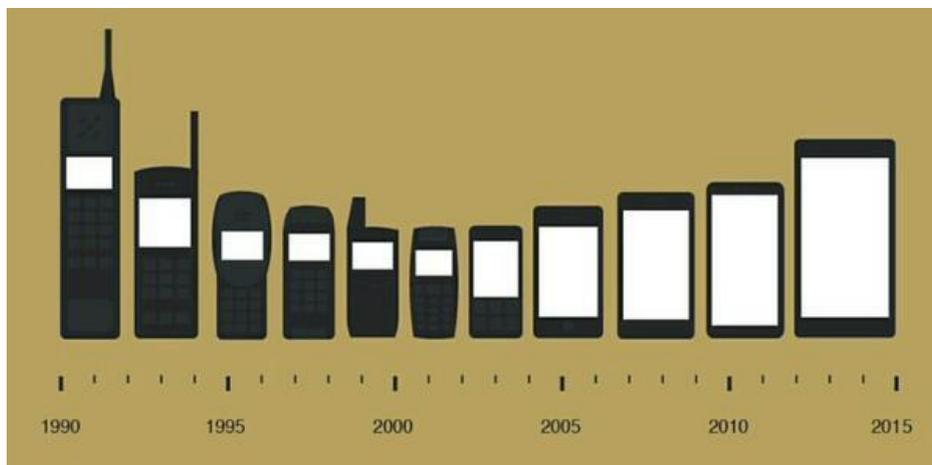


Figura 1 - Evolução dos dispositivos móveis

Esta alteração de relacionamento entre pessoas provoca diversos conflitos uma vez que faz com que as mesmas deixem de estar habituadas a uma realidade onde os telemóveis são meros aparelhos que efetuam chamadas e enviam mensagens (como explicado anteriormente) e passam a fazer parte do quotidiano sem que deem conta. Schneider, acredita que as pessoas têm mais liberdade, pois estão em contacto direto com todo o mundo, mas menos seguros e isto faz com que a maior fonte de potenciais conflitos que possam existir numa sociedade e, conseqüentemente faz com que não haja distinções entre nações ou entre formas diferentes de pensar, uma vez que todas as pessoas têm as mesmas hipóteses de ter acesso à tecnologia.

### 2.3.2. Viagens

Quando não existia tecnologia, as pessoas planeavam as suas viagens conforme os meios que tinham na altura e iam aos destinos para passarem umas férias descontraídas. Com o aparecimento da *Internet* e dos *smartphones* este planeamento da viagem ficou muito mais facilitado e hoje as pessoas conseguem planear com o pormenor que não era possível há alguns anos atrás (Wang et al., 2014).

O *smartphone* permite que o turista tenha interações com o mundo real e virtual, independentemente da zona do mundo onde esteja. Segundo Wang, existem três fluxos de pesquisa: o primeiro é a pesquisa homem-máquina, o segundo é a adoção dos serviços de informação móveis e o terceiro tem por base a experiência do turista no impacto da tecnologia móvel.

O primeiro fluxo de pesquisa nasce quando existe uma pesquisa que é feita no computador, onde a pessoa que a está a efetuar mostra interesse em procurar um destino turístico para descansar das suas tarefas diárias; o segundo fluxo de pesquisa estuda a adoção da tecnologia nos sistemas de guias turísticos, em que está dependente das crenças cognitivas identificadas no modelo de aceitação da tecnologia, como a utilidade, facilidade de uso e expectativa de desempenho; o terceiro fluxo de pesquisa procura descrever o impacto que a tecnologia tem no turista, ou seja, o uso do *smartphone* influencia de diferentes formas a experiência turística onde inclui atividades, sensações, emoções e compreensão do meio ambiente.

Isto é, foram identificados alguns impactos que o *smartphone* tem no dia a dia das férias dos turistas num país que não conhecem, uma vez que conseguem aceder com uma maior facilidade na pesquisa de informações, flexibilidade da viagem, partilha de experiências e armazenamento de memórias (tirando algumas fotografias e fazendo pequenos vídeos). Estes impactos ajudaram a perceber que a tecnologia baseada na localização tem um peso fundamental na aquisição, conhecimento e comportamento local (Wang et al., 2014).

Estudos recentes mostram que ao usar *smartphones* diariamente e ter acesso à tecnologia enquanto se viaja pode ser visto como a tecnologia influencia ou não as decisões, quer para procurar informações sobre transportes, acomodação, restaurantes, coisas para fazer no decorrer da viagem, ideias de viagem ou ofertas que possam ocorrer ao longo da

mesma. Este uso da tecnologia faz com que exista uma mudança fundamental na experiência turística.

O uso do *smartphone* também é utilizado antes da viagem, pois os viajantes utilizam-no para monitorar os preços dos voos, procurar destinos para passarem férias e conseqüentemente escolherem o hotel onde pretendem ficar. Este uso leva a mudanças nas atividades (que ocorrem quando planeiam uma viagem, no decorrer da viagem e no pós-viagem) uma vez que são componentes importantes na experiência dos turistas (Wang et al., 2014), mas não só, muda também a experiência afetiva dos turistas.

O uso do *smartphone* para viajar é fortemente associado ao uso do mesmo no quotidiano (Wang et al., 2014). Este uso no quotidiano influencia o uso do mesmo numa viagem, uma vez que as pessoas estão habituadas a estarem sempre em contacto com os amigos ou com o local de trabalho e desta forma mostra que, com este telefone inteligente as pessoas encaram a viagem com um pensamento de segurança e conforto que, com o telemóvel “não” inteligente não encarariam.

Segundo alguns estudos efetuados, as pessoas já não têm muito cuidado com o planeamento das viagens uma vez que o *smartphone* têm permanentemente acesso à *internet*. Conseqüentemente, o uso do mesmo ao longo da viagem torna-se mais fácil, pois fornece todas as informações necessárias quando é necessário entender o ambiente geográfico onde estão, organizar coisas para fazer numa altura mais livre e conseguem lidar com alguma situação de que não estão à espera, logo é normal que as pessoas façam intenções de viajar mais devido à facilidade de acesso à tecnologia que o *smartphone* põe ao dispor. Para as pessoas que gostem de partilhar fotos nas redes sociais, onde mostram os sítios por onde passaram, já o conseguem fazer uma vez que não têm acesso limitado à *Internet* e com dois *clicks* a foto já está disponível na rede social que as pessoas utilizam.

Segundo o autor Wang (2014), os turistas podem manter um contacto social com a família e amigos através do seu *smartphone* no decorrer da viagem e que esta comunicação (com pessoas que não participam na viagem) pode desencadear uma nova interpretação da viagem, no entanto, este impacto da tecnologia faz com que a sensação de aventura diminua devido às pessoas conhecerem de uma forma tecnológica o lugar que estão a visitar e já saberem o que querem visitar. Em contrapartida, segundo alguns autores, começam a existir algumas promoções e descontos se as viagens forem adquiridas através do *smartphone*.

O uso do *smartphone* na viagem, também é muito influenciado pelos tipos de viagem que se faça, a personalidade do turista, relacionamento com a família e os amigos e o uso que o mesmo dá ao *smartphone* no seu dia a dia.

O tempo que as pessoas passam na viagem também foi encarado de maneira diferente. Segundo os autores (Tussyadiah & Zach, 2011), o tempo “inutilizável” que uma pessoa passa, por exemplo, dentro de um avião quando vai para o seu destino, começou a ser encarado de maneira diferente uma vez que tem com que se entreter, como por exemplo, assistindo a vídeos multimédia (Wang et al., 2014).

Conforme um estudo realizado por Wang (Figura 2 - Modelo de *smartphone* usado em viagens), o uso do *smartphone* usado em viagens, é uma rede complexa de diversas “funções e serviços de informação, comunicação, entretenimento, facilitação e pesquisa de informação, onde é moldado por um conjunto de relações internas e externas”. Através da Figura 2, também é possível observar cinco fatores que são identificados como uso desta tecnologia, em que são eles: “motivações intrínsecas e extrínsecas, facilitadores de situações, uso do mesmo em viagens anteriores, vida quotidiana e crenças cognitivas”.

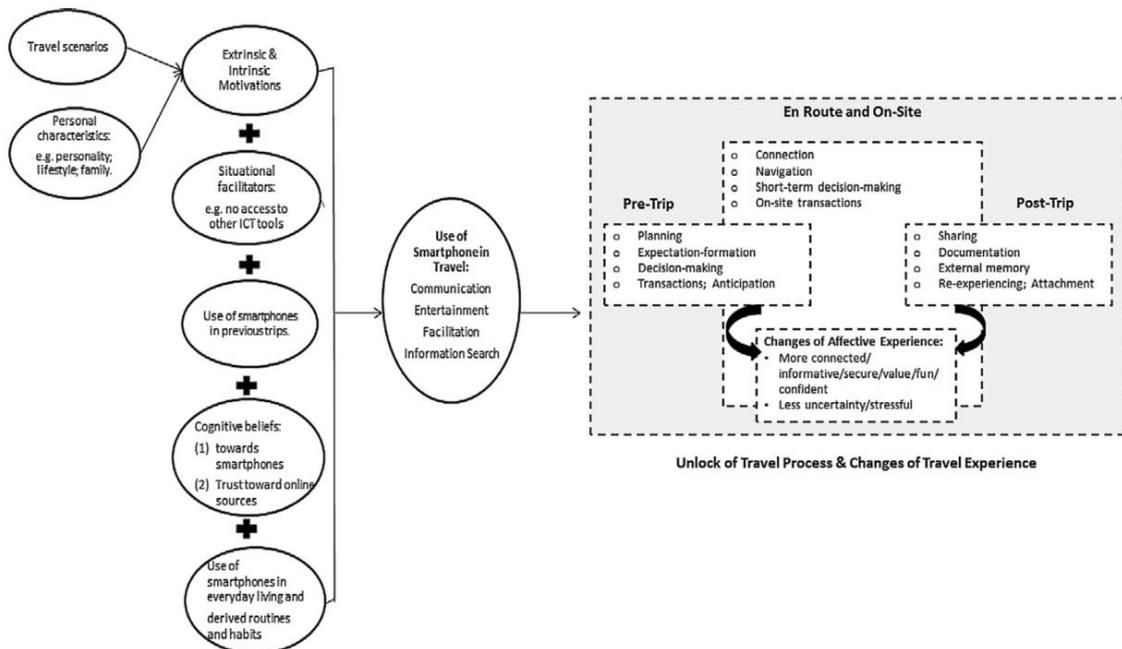


Figura 2 - Modelo de *smartphone* usado em viagens

Segundo Wang (2014), a confiança nas fontes de informação *online* que são disponibilizadas através dos *smartphones*, é outro fator importante da utilização do mesmo nas viagens porque influencia a escolha das fontes de informação mais fidedignas.

### 2.3.3. Excesso de Utilização

“Como tudo o que é demais enjoa”, a utilização excessiva dos *smartphones* também tem um lado menos bom. Segundo estudos realizados sobre a utilização excessiva deste meio tecnológico existe uma doença moderna causada pela incapacidade de lidar com as tecnologias informáticas que é denominada por *stress* tecnológico (Aljomaa et al., 2016; Gökçearsan et al., 2016; Y. K. Lee et al., 2014; Samaha & Hawi, 2016).

Esta nova doença está relacionada com a sobrecarga de informação a que os utilizadores estão sujeitos quando utilizam esta nova tecnologia que teve um crescimento massivo nos últimos anos e isto provoca efeitos bastante negativos para a saúde mental uma vez que o *smartphone* é um importantíssimo dispositivo de acesso bastante facilitado à informação, que anteriormente à existência deste dispositivo só era possível ser consultada através do computador e que conseqüentemente levava as pessoas a ficar muito mais dependentes (Y. K. Lee et al., 2014; Samaha & Hawi, 2016; Schneider, 2016).

Conforme uma nova tecnologia ingressa no mercado, existe uma enorme curiosidade de conhecer e de perceber como é que a mesma é utilizada (S. Y. Lee, 2014), mas tudo depende de como é o psicológico da pessoa pois ela pode ficar com bastante *stress* devido ao comportamento motivado pela informação que chega a ela através desta tecnologia. Também existe o risco da pessoa ficar de tal forma envolvida que não consegue suportar o *stress* (Y. K. Lee et al., 2014).

Estas diferenças psicológicas também envolvem o género das pessoas (quer sejam elas do sexo masculino como do feminino) e são consideradas nos diferentes traços e no uso compulsivo dos *smartphones* (Y. K. Lee et al., 2014). A teoria da personalidade destaca a diferença entre o traço de personalidade e o comportamento compulsivo.

Diversos estudos realizados mostram que as pessoas do género masculino utilizam o *smartphone* para tarefas que utilizam a componente tecnológica e mais orientados para a vida profissional, enquanto que, as pessoas do género feminino tendem a utilizá-lo mais para motivos de ordem social (Y. K. Lee et al., 2014). Estudos realizados com a utilização do *smartphone* dividindo-os por género, mostram que existe uma tendência maior para que sejam as pessoas do género masculino a terem comportamentos compulsivos do que as do género feminino. No entanto são as mulheres adultas que tendem a enviar mais mensagens e que ficam mais nervosas em situações sociais, como falar em público (Y. K. Lee et al., 2014).

As pessoas quando utilizam o telemóvel podem adotar um comportamento compulsivo, uma vez que ficam bastante dependentes dele e acabam por negligenciar outras tarefas (Aljomaa et al., 2016). Utilizam-no em maior parte das alturas do dia para estabelecer uma comunicação com os outros. Esta dependência pelo *smartphone* está diretamente relacionada com os traços de personalidade, uma vez que é através da maneira de ser de cada um que faz com que este dispositivo tenha uma maior ou menor influência no dia a dia (Y. K. Lee et al., 2014) e conseqüentemente se torna numa doença em que é muito difícil de controlar o uso destes (Aljomaa et al., 2016).

Conforme alguns estudos relacionados existem cerca de quatro tipos de influências para a utilização do telemóvel, são eles: local de utilização, ansiedade de interação social, materialismo e a necessidade de utilização. O principal motivo para o uso do *smartphone* é a necessidade de interação social que as pessoas sentem, nomeadamente para jovens adultos, pois conforme descrito anteriormente, são os jovens que têm uma maior motivação para a sua utilização uma vez que lidam com a tecnologia desde pequenos e consideram esta de fácil utilização. Desta forma verifica-se um comportamento compulsivo nos jovens que sentem necessidade do *smartphone* no dia a dia (Y. K. Lee et al., 2014).

Este comportamento compulsivo também está relacionado com o *design* do *smartphone* e com o facto de as pessoas terem uma necessidade de toque. Uma pessoa quando adquire um *smartphone*, adquire um que seja do seu gosto fazendo que quanto mais a pessoa gosta do aparelho, maior é a probabilidade de o usar (Cadeias & Valor, 2007). Mas esta obsessão não é apenas caracterizada pelo *smartphone* como também pelo locus de controlo interno que faz com que a pessoa seja mais ou menos controlada na utilização do mesmo (Cadeias & Valor, 2007; Y. K. Lee et al., 2014).

A importância do tempo e do espaço não se verifica com o uso dos *smartphones* uma vez que, por muito que uma pessoa esteja dependente dele, a mesma não está em permanente utilização com ele e isso faz com que cada pessoa só inicie uma conversa ou responda a alguma mensagem quando o utiliza (Fachada, 2003). Deste modo, a percepção que se tem do outro tem conseqüências, ou seja, a percepção do outro influencia o comportamento das pessoas quando se comunica e vice-versa.

Por outro lado, a utilização do *smartphone* também pode ser visto como um modo das pessoas controlarem o *stress* (Aljomaa et al., 2016; Samaha & Hawi, 2016) e a ansiedade, ou seja, se uma pessoa está demasiado envolvida no trabalho e precisar de fazer uma

pausa, uma vez que o seu rendimento já está a baixar, esta tecnologia é considerada uma boa prática pois, conforme explicado anteriormente, tem as funcionalidades de um computador e onde à distancia de um toque tem mil e uma formas de se entreter e distrair (Aljomaa et al., 2016; Castells, 2010; Y. K. Lee et al., 2014).

Estudos mostram também que pessoas mais ansiosas conseguem interagir socialmente com outras através da utilização do *smartphone* uma vez que é um meio onde conseguem fazer julgamentos de valor sobre a pessoa com quem estão a falar de forma “virtual” e conseguem interagir de forma menos direta (Y. K. Lee et al., 2014). No entanto, estas pessoas vão adotar um comportamento excessivo na utilização da *Internet* pois é onde se sentem mais à vontade para conseguirem obter algum tipo de relação com a outra pessoa.

As pessoas que são bastante materialistas (colocam uma elevada importância aos seus bens materiais) também vão dar bastante importância a esta tecnologia, até ao ponto de dependerem dela na sua vida quotidiana (Fachada, 2003; Y. K. Lee et al., 2014). Estas pessoas não investem tanto nas relações com os outros, uma vez que investem mais tempo com elas mesmas, onde têm uma necessidade enorme de adquirir bens materiais (neste caso, *smartphones*) e isso a longo prazo tende a formar um comportamento compulsivo (Fachada, 2003).

Uma pessoa com comportamentos compulsivos é definida como alguém que se envolve numa atividade de que não controla e conseqüentemente envolvem-se repetidamente em comportamentos que causam danos a ela e/ou aos que a rodeiam (Fachada, 2003; Y. K. Lee et al., 2014). Segue-se um uso superior dos *smartphones* visto que é conforme identificado anteriormente, é um meio mais rápido de consulta das redes sociais ou de comunicação com os outros e não conseguem controlar o tempo gasto na utilização deste (Aljomaa et al., 2016).

Esta facilidade de utilização e de interação não afeta apenas negativamente as pessoas ou os adolescentes que o utilizam, mas também as pessoas que estão à sua volta, isto é, se uma pessoa utilizar o *smartphone* enquanto conduz (em que é classificado como uso perigoso (Gökçearsan et al., 2016)) pode causar um acidente uma vez que o seu foco de concentração é desviado do que está a fazer para aceder ao aparelho mesmo quando os adolescentes estão a estudar para algum exame ou estejam dentro de uma sala de aula (tendo noção de que esta utilização no decorrer destas tarefas tem um efeito negativo nesse rendimento) (uso inapropriado (Gökçearsan et al., 2016)). É bastante fácil de utilizar o *smartphone* para consultar qualquer tipo de informação, ou aceder a alguma

rede social e consequentemente distrair-se do que estava a aprender (Aljomaa et al., 2016; Y. K. Lee et al., 2014).

Mas nem tudo tem um lado mau, uma vez que os efeitos positivos que estes aparelhos têm no dia a dia dos adolescentes é a facilitação e a rapidez com que é efetuada alguma comunicação, tanto para outras pessoas que estejam no seu país como em países estrangeiros, e partilha de informações entre eles (Aljomaa et al., 2016).

#### 2.3.4. Aspetos positivos da utilização do *Smartphone*

Conforme Aljomaa (2016), os efeitos positivos que estes aparelhos têm no dia-a-dia dos adolescentes são bastante favoráveis à aprendizagem e à rápida compreensão do que estão a aprender, uma vez que num espaço de pequenos *clicks* no seu *smartphone*, têm acesso a um mundo de informação para que fiquem esclarecidos.

Esta nova tecnologia não tem só efeitos positivos no quotidiano das pessoas, mas também como cria um novo tipo de economia organizada em torno das redes globais e das próprias pessoas (Castells, 2010). Segundo o mesmo, este novo sistema económico distingue-se do antigo através do conhecimento tecnológico existente em vez do trabalho físico, uma vez que, com a rapidez à informação, as pessoas conseguem ser mais produtivas no trabalho (Aljomaa et al., 2016; Castells, 2010).

Com o acesso mais rápido à informação, através da criação e desenvolvimento do *smartphone*, as pessoas começaram a ser mais produtivas e eficientes no trabalho e, como consequência, isso foi refletido na economia porque o tempo gasto para uma determinada tarefa foi reduzido, possivelmente para metade, levando assim as pessoas conseguiram efetuar mais trabalho e por consequência as empresas conseguiram reduzir os tempos dos projetos e com isso envolverem-se também em mais (Aljomaa et al., 2016).

Este dispositivo também substituiu os computadores pessoais, conforme explicado anteriormente, e isso fez com que as pessoas estivessem ligados vinte e quatro horas por dia à vida profissional e pessoal (Aljomaa et al., 2016).

A forma como nos relacionamos com os outros está relacionada com a nossa disposição para a relação e da nossa habilidade para o fazermos (Fachada, 2003).

Na vida profissional, na sociedade em que as pessoas estão inseridas, estar em contacto com o trabalho é impensável ser menos de oito horas diárias e segundo dados da Organização para a cooperação e Desenvolvimento Económico OCDE, os empregados têm cada vez mais horários mais longos (em média por mais de 50 horas semanais), pois o *smartphone* faz com que estejamos ligados ao trabalho mesmo não estando lá fisicamente e produzir muito mais trabalho.

Na vida pessoal o *smartphone* tem um papel muito importante no relacionamento com as pessoas que estão à sua volta e em como elas estão em contato com a sua vida social em qualquer altura do dia (Samaha & Hawi, 2016). Este dispositivo fez com que as pessoas deixassem de ficar em frente do computador por diversos períodos de tempo enquanto

comunicavam umas com as outras e passassem a poder ir para qualquer lado e manterem-se em contato na mesma sendo isto observado em alguns estudos realizados que mostram que cada pessoa passa, em média, 75% do tempo a relacionar-se com os outros (Fachada, 2003). Ou seja, a utilização do *smartphone* possibilitou as pessoas a fazerem as suas tarefas e as suas atividades de uma forma livre e móvel, sem estarem dependentes do computador (Samaha & Hawi, 2016).

Conforme estudos realizados, os adolescentes são as pessoas que adquirem mais *smartphones*, onde a timidez e a falta de confiança faz com que utilizem este dispositivo para comunicarem com os outros, sem ser necessário os encontros presenciais (Aljomaa et al., 2016).

## **2.4. Relações Interpessoais**

Uma rede de relações interpessoais é composta pela comunicação que existe entre elas e trata-se de um processo que faz da pessoa aquilo que ela é. As pessoas usam um sistema de símbolos complexos que faz com que se consigam exprimir e, assim, conseguem estabelecer uma rede de relações. Os sinais são os verbais, escritos e não-verbais (Fachada, 2010).

Estes sinais integram cada ser humano, quer na sua individualidade, quer no seu desenvolvimento, em função das características pessoais de cada um (Fachada, 2010).

Desde sempre a comunicação é considerada como uma necessidade para o relacionamento com os outros. A comunicação é um processo interativo direcional que corresponde à troca de “ideias, sentimentos e experiências entre pessoas que conhecem o significado daquilo que se diz e do que se faz” (Fachada, 2003).

Quando se comunica é importante observar a reação do outro, uma vez que, é através dessa reação que as pessoas orientam as comunicações futuras tanto ao nível do que dizem, do que querem dizer, como também da forma como dizem (Fachada, 2003).

A comunicação é fundamental em qualquer sociedade uma vez que permite a produção e reprodução dos sistemas sociais (onde é criado um sistema de interdependências) onde é o sistema social que determina o modo como comunicam as pessoas que nele fazem parte (é o conteúdo da comunicação que influencia os papéis desempenhados) e o conhecimento de um sistema social permite fazer previsões acerca das pessoas, dos seus comportamentos e do modo como comunicam (Fachada, 2003; Y. K. Lee et al., 2014). A forma como é perceptível o que cada um diz está muito relacionado com a infância, com as vivências que tiveram e o meio em que estão inseridos. Isto leva a que cada pessoa tenha a sua vivência e a sua forma de dar significado às coisas.

A experiência que cada pessoa vai adquirindo o longo da vida é de si própria mas pode ser partilhada com os outros através da comunicação sobre os mais variadíssimos temas (Fachada, 2003).



## Capítulo 3 – Metodologia

### 3.1. Desenho de investigação

Metodologia é o “(...) corpo orientador da pesquisa que, obedecendo a um sistema de normas, torna possíveis a seleção e articulação de técnicas no intuito de se poder desenvolver o processo de verificação empírica” (Pardal e Correia 1995). Ou seja, a metodologia deve descrever pormenorizadamente o estudo realizado (D’Oliveira, 2007). A informação apresentada deve ser de tal modo que qualquer pessoa possa replicar o mesmo estudo. (D’Oliveira, 2007).

Nesta investigação, a amostra para o estudo foi aleatória e por conveniência e o universo estudado corresponde à população portuguesa. Foi disponibilizado um questionário *online* que foi partilhado através de redes sociais ou por *email*. Esta amostra não é representativa da população (este questionário não chegou a toda a população portuguesa).

Foram inquiridas cerca de 225 pessoas, de todos os concelhos de Portugal e todos eles satisfazem as condições necessárias para serem incluídos no presente estudo.

Os participantes do estudo foram divididos em quatro grupos etários (cada grupo corresponde a um conjunto de idades). Com a escolha destes grupos etários pretende-se considerar os diferentes grupos de pessoas em diferentes fases da sua vida (Bandura, 1977), uma vez que, ou se encontram a estudar, inseridas no mercado de trabalho ou então são pessoas reformadas cujo o seu tempo livre é grande.

Consideramos o estudo curioso pois é interessante de estudar, de perceber o quanto as pessoas estão dependentes do seu *smartphone* no dia a dia, quer sejam elas mais jovens ou mais séniores ou mesmo como são construídas as relações através da interação com o mesmo, ou seja, as relações são construídas pela necessidade da interação de umas pessoas com as outras (Fachada, 2003).

O género dos participantes constitui também uma variável bastante importante na compreensão de como as pessoas têm relações interpessoais, uma vez que existem diferentes interesses na utilização do *smartphone* e nas aplicações que utilizam (Y. K. Lee et al., 2014)

### **3.2. Objetivos de investigação**

O objetivo deve ser o do conhecimento, não o de demonstração. Devem poder ser encaradas várias respostas diferentes, não havendo a certeza de uma resposta pré-definida (Higgins, 2000).

Conforme já referido anteriormente, o grande objetivo que se pretende atingir é perceber qual é a influência que o *smartphone* tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se faz com que as pessoas fiquem dependentes do mesmo. Perante isto, surgiram os seguintes objetivos específicos:

- 1 – Verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes do dia a dia.
- 2 – Compreender até que ponto é que o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, como profissional, como durante uma viagem
- 3 – Compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel.

### 3.3. Hipóteses de investigação

Dos objetivos já identificados, decorrem as seguintes hipóteses de investigação:

- Hipótese 1: O nível de dependência é igual entre géneros?
- Hipótese 2: O estado civil influencia o nível de dependência da utilização do *smartphone*.
- Hipótese 3: O género das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*.
- Hipótese 4: O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do *smartphone* para fins de entretenimento.
- Hipótese 5: O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*.
- Hipótese 6: A profissão das pessoas da amostra explica a frequência do *smartphone*.
- Hipótese 7: A profissão das pessoas da amostra explica a dependência do *smartphone*.

### 3.4 Método

#### 3.4.1 Amostra

Os participantes deste estudo são todas as pessoas que se mostraram disponíveis a responder ao questionário, ou seja, participaram no estudo 225 pessoas em que, 66 são do género masculino e 159 do género feminino. No entanto, a amostra não é representativa da população (pessoas que se encontram a viver em Portugal Continental), uma vez que se trata de uma amostra aleatória e por conveniência, embora todos os inquiridos cumprem a condição necessária, que neste caso é ter um *smartphone*.

A recolha de dados foi efetuada entre os meses de Março e Abril de 2018, através de questionários online que podiam responder através do *link* disponibilizado nas diversas redes sociais.

O questionário foi elaborado através da revisão da literatura, em instrumentos já existentes: <https://goo.gl/forms/JCJFyGXADNqFolZ32>

#### 3.4.2 Variáveis em Estudo

- Variáveis Independentes: idade, género, estado civil, escolaridade, atividade profissional, concelho. (FastFormat, 2018)
- Variáveis dependentes: identificação dos hábitos de uso.

### 3.4.3 Instrumento de Medida

A forma como os dados foram recolhidos foi através de um questionário construído para o efeito, baseado em alguns instrumentos já existentes, nomeadamente no que se refere às variáveis dependentes:

- *Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students* (Gökçearsan et al., 2016).
- *Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life* (Samaha & Hawi, 2016).
- *Smartphone addiction among university students in the light of some variables* (Aljomaa et al., 2016).
- *The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress* (Y. K. Lee et al., 2014)

O questionário<sup>1</sup> está dividido em duas partes:

1ª Parte (Dados Demográficos): corresponde à recolha dos dados demográficos considerados pertinentes para o estudo em causa (idade, género, estado civil, escolaridade, atividade profissional, concelho) (Ver apêndice A).

2ª Parte (Identificação dos Dados de Uso): Conjunto de questões sobre a utilização do *smartphone* em que o inquirido se tem de posicionar numa escala de ou 1 a 5 ou de 1 a 7, consoante a pergunta que estará a responder.

---

<sup>1</sup> Ver Apêndice A

#### 3.4.4 Procedimento

Foi criado um questionário<sup>2</sup> de acordo com os objetivos apresentados para esta dissertação e, posteriormente das perguntas definidas, disponibilizou-se o questionário *online*, num período de aproximadamente um mês e meio, em que o objetivo foi obter respostas que representassem a população portuguesa nos diversos concelhos existentes em Portugal Continental.

#### 3.4.5 Tratamento de dados

Depois de recolher os dados provenientes do *Google Forms* e devidamente organizados, foram importados para a ferramenta de *IBM SPSS Statistics* versão 24 para Windows. Este *software* permite fazer um tratamento estatístico dos dados.

Foi realizada uma análise com base na estatística descritiva de todas as perguntas do questionário, onde foi dado um maior foco nos dados sociodemográficos que nos permitiu caracterizar a amostra. Após esta análise, foi realizado também uma Análise de Componentes Principais (ACP) das perguntas 7 até à 12 do questionário disponibilizado às pessoas em que resultou na criação de nove fatores, em que são eles social, férias, frequência, individual, dependência, internet, entretenimento, agenda e telefone. Posteriormente, foi efetuado Análises de Variância (ANOVA) para verificar se existem possíveis associações entre algumas das variáveis dependentes e independentes. Por fim, foi efetuado também uma correlação para detetar possíveis associações entre as variáveis dependentes.

---

<sup>2</sup> Ver Apêndice A.

## Capítulo 4 – Análise e discussão dos resultados

### 4.1. Análise Descritiva

#### 4.1.1. Processo de amostragem

Tendo em conta as características da população e dos objetivos em estudo o processo de amostragem escolhido foi uma amostragem aleatória onde o questionário foi disponibilizado através das redes sociais, para assim chegar ao máximo de pessoas possíveis.

A recolha dos dados foi efetuada durante os meses de março e abril através da partilha do questionário nas redes sociais com o objetivo de chegar a todas as pessoas do continente português, contou com 225 respostas. Após o tratamento dos dados, as variáveis independentes selecionadas foram as seguintes: idade, género, estado civil, escolaridade e atividade profissional

A população alvo deste estudo consistia em todos os utilizadores presentes nas redes sociais, sendo que existiu uma maior incidência na divulgação do questionário na rede social Facebook, pois esta apresenta-se como a rede social líder de mercado em Portugal (OberCom 2012).

Existem imensos sítios na Internet fornecedores de ferramentas para a criação de questionários e entre essas ferramentas destaca-se a plataforma *Google Forms*<sup>3</sup>, que foi a escolhida para a divulgação do questionário. Esta plataforma tem um interface bastante “*user friendly*”, proporcionando assim uma fácil criação e gestão de questionários (Google, 2018). O *Google Forms* disponibiliza uma versão gratuita com a possibilidade de criar, distribuir, controlar e tratar a informação, com uma variedade bastante grande de funções, como por exemplo, ter dois inquéritos ativos simultaneamente, exportar relatórios, entre outras (Machado 2011).

Posto isto, depois do questionário ser partilhado nas redes sociais, tivemos com objetivo que ele chegasse ao máximo de pessoas possível em Portugal continental, então foi pedido que no momento em que respondessem partilhassem também pelos seus amigos/seguidores.

---

<sup>3</sup> Sítio institucional: <https://www.google.com/forms/about/>

#### 4.1.2. Perfil e dimensão da amostra

Neste subcapítulo encontram-se caracterizadas as amostras relativas às variáveis idade, género, estado civil, escolaridade e atividade profissional provenientes das respostas obtidas.

##### 1. Idade

No Gráfico 4 verifica-se que a média das idades das pessoas que responderam ao questionário era de trinta e cinco anos, em que a pessoa mais nova a responder tinha dezassete e a mais velha tinha sessenta e sete anos. Metade das pessoas têm trinta e um anos, tendo 75% da amostra máximo quarenta e cinco anos (Tabela 2). Posto isto, conclui-se que maior parte das pessoas que responderam a este questionário tem idades de jovens adultos.

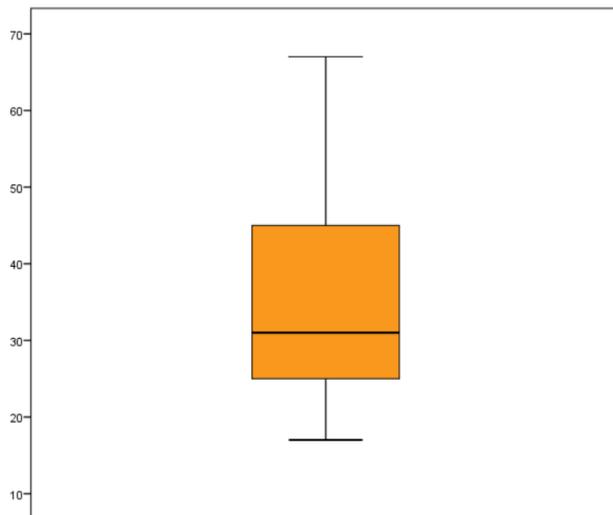


Gráfico 4 - Idade

Tabela 2 - Descrição da variável Idade

Statistics		
P1_Idade		
N	Valid	225
	Missing	0
Mean		35,03
Median		31,00
Mode		26 <sup>a</sup>
Std. Deviation		12,306
Minimum		17
Maximum		67
Percentiles	25	25,00
	50	31,00
	75	45,00

## 2. Género

No período em que o questionário se encontrou *online*, foram respondidos na sua maioria por pessoas do sexo feminino:71% (Gráfico 5).

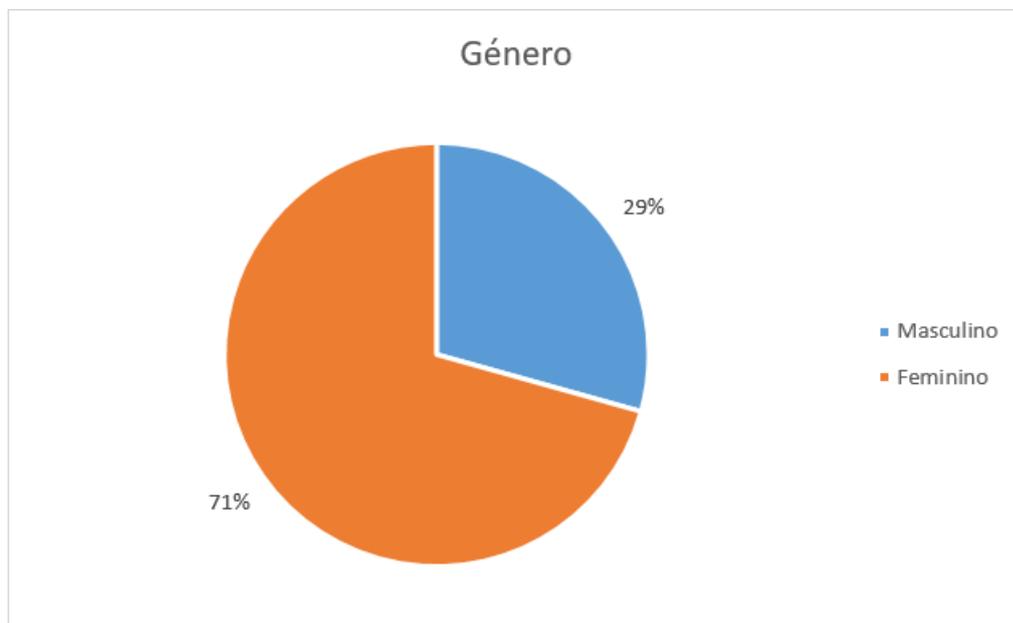


Gráfico 5 - Género

## 3. Estado Civil

No período em que o questionário se encontrou *online* verifica-se que o mesmo foi respondido, tanto por pessoas que se encontravam casadas, com companheiros e solteiras (Gráfico 6).

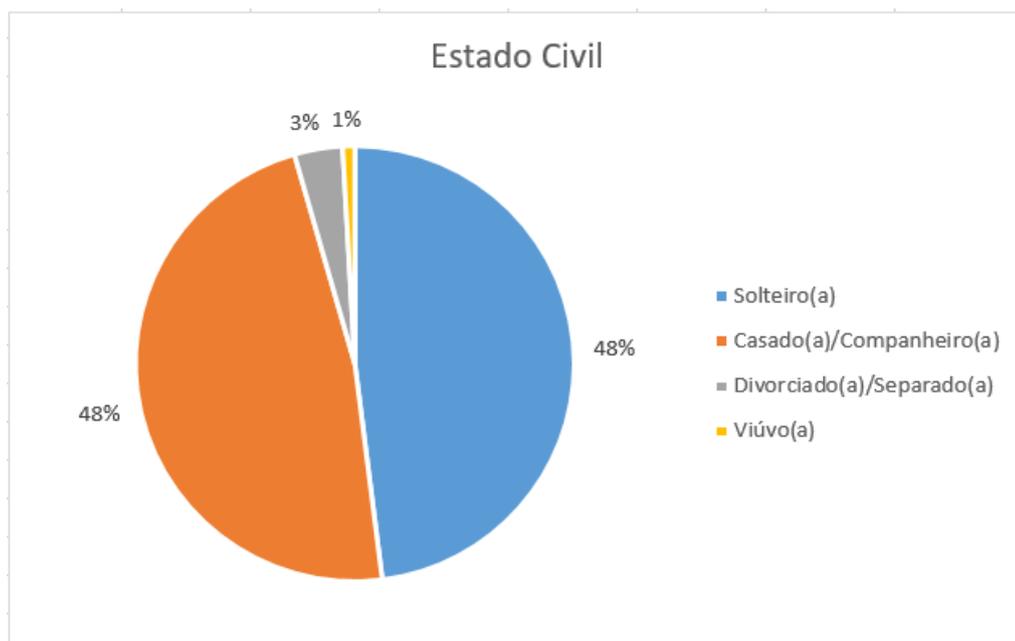


Gráfico 6 - Estado Civil

#### 4. Escolaridade

Em relação à escolaridade, nota-se que pelo menos que metade dos inquiridos que responderam ao questionário são pessoas licenciadas (Gráfico 7).

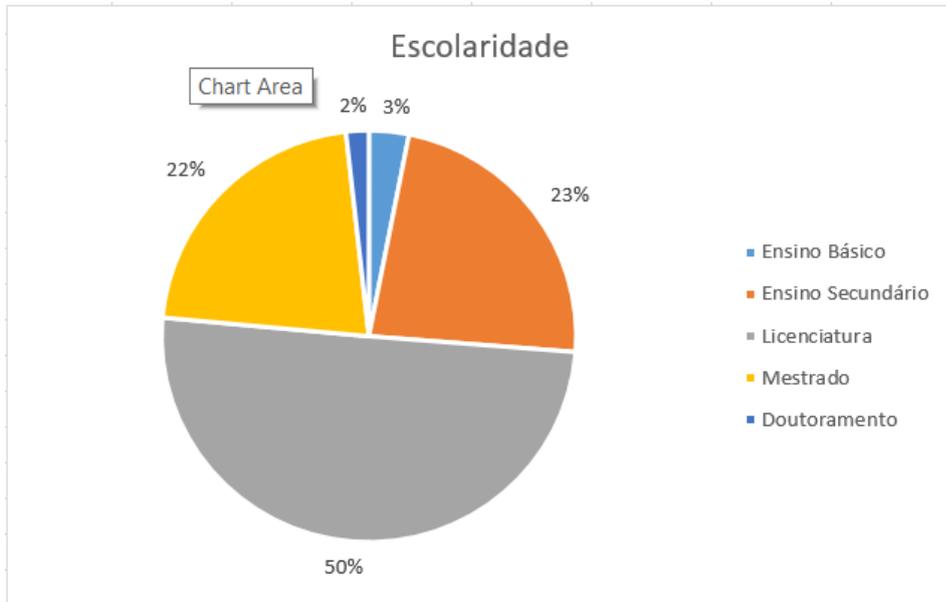


Gráfico 7 - Escolaridade

#### 5. Atividade profissional

Em termos da atividade profissional da população em estudo (Gráfico 8), encontram-se um grande grupo que são as pessoas que se encontram a trabalhar em full-time (72%), e logo a seguir os estudantes (13%).

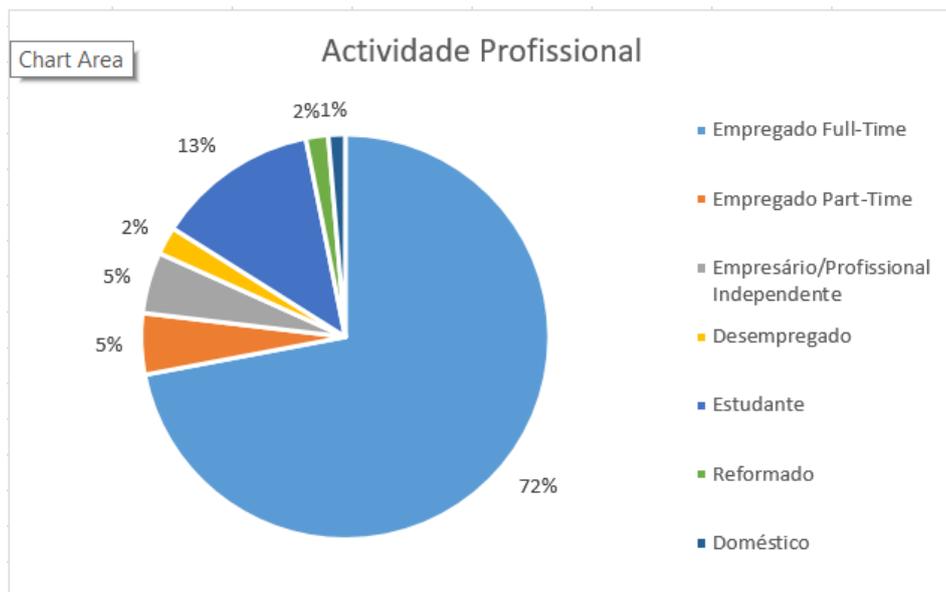


Gráfico 8 - Atividade Profissional

## 4.2. Teste das Hipóteses

### 4.2.1. Análise exploratória dos dados (ACP)

Foram realizadas três Análises Fatoriais em Componentes Principais (ACP).

A primeira ACP realizada corresponde à questão 8 e 9 do questionário (Apêndice A – Questionário), com o objetivo de simplificar a informação e com isto excluir dados que possam estar repetidos. Foi utilizado o método de rotação Varimax com normalização de Kaiser. Após realizar a mesma, as variáveis obtidas foram validadas através da análise estatística do *Alpha de Cronbach*.

Esta ACP diz respeito ao primeiro objetivo que é verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia.

Com base no objetivo anterior, a ACP agrupou os diferentes indicadores das duas perguntas em quatro componentes (Tabela 3):

- Primeira componente: Internet.
- Segunda componente: Entretenimento.
- Terceira componente: Agenda.
- Quarta Componente: Telefone.

Tabela 3 - Componentes principais das motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia

	Matriz de Componentes <sup>a</sup>			
	Internet	Entretenimento	Agenda	Telefone
Procura acomodação	,751	0,165	0,136	0,212
Planeamento de Viagens	,739	0,250	0,189	0,091
Comprar bilhetes para espetáculos	,733	0,072	0,086	0,108
Acesso à cultura	,720	0,085	0,163	0,236
Obter Transporte	,717	0,154	0,156	0,196
Efetuar compras online	,674	0,154	0,272	0,005
Obter direções	,616	0,261	0,075	0,375
Consultar blogs	,611	0,214	0,255	-0,078
Vizualizar vídeos nos diferentes distribuidores de multimédia (Youtube)	,581	0,373	-0,079	0,114
Procurar locais para alimentação	,579	2,73	0,147	0,384

Matriz de Componentes<sup>a</sup>

	Componentes			
	Internet	Entretenimento	Agenda	Telefone
Obter ostentação	,556	0,322	-0,098	-0,132
Ver meteorologia	,526	0,071	0,246	0,292
Utilizar como GPS	,518	0,239	0,239	0,464
Ouvir música	,488	0,316	0,238	0,046
Estar isolado	,461	0,300	0,161	-0,210
Aceder ao email	,448	0,142	0,181	0,396
Aceder a jornais	,370	0,090	0,236	0,004
Utilização de redes sociais para efeitos de lazer	0,268	,774	0,064	0,162
Aceder a redes sociais	0,178	,740	0,146	0,075
Passar tempo	0,379	,646	-,342	0,170
Por estar habituado	0,411	,633	-0,281	0,162
Manter-se em contato com os outros	-0,004	,609	0,410	0,315
Jogar	0,146	,545	0,060	-0,019
Tirar fotografias	0,270	,523	0,222	0,319
Como lembrete para efetuar uma tarefa	0,200	-0,011	,872	0,054
Para escrever notas	0,258	0,078	,794	0,119
Efetuar compras online	0,382	0,041	,747	0,111
Sentir segurança quando utiliza	0,223	0,308	,357	0,266
Telefonar	0,104	-0,031	-0,019	,796
Enviar SMS	-0,013	0,152	0,091	,690
Navegar no browser	0,473	0,283	0,025	,508
Enviar mensagens instantâneas	0,076	0,366	0,324	,428

Valores próprios	11,252	2,617	2,055	1,158
Variância Explicada (%)	35,162	8,178	6,423	4,950
Porcentagem Acumulada	35,162	43,340	49,,763	54,713
Alfa de Cronbach ( $\alpha$ )	0,922	0,835	0,827	0,641

Nota: Resultado da ACP: matriz após rotação varimax, com normalização Kaiser, convergente em 3 iterações.  
Medida KMO = 0,885, Teste de Bartlett = 4350,530, Significância = 0,000

A primeira componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis sobre o que as pessoas utilizam o *smartphone* quando acedem à Internet, em que representa 11,3% da variância total explicada, com  $\alpha = 0,922$ .

A segunda componente, obtida através da realização da ACP, agrupa itens que de alguma forma providenciam Entretenimento às pessoas que responderam ao questionário e este tem uma variância total explicada de 2,6%, com  $\alpha = 0,835$ .

A terceira componente, obtida através da realização da ACP, agrupa itens que de alguma forma providenciam o uso do *smartphone* como Agenda e este tem uma variância total explicada de 2,2%, com  $\alpha = 0,827$ .

A quarta componente, obtida através da realização da ACP, agrupa itens que de alguma forma providenciam o uso do *smartphone* como Telefone e este tem uma variância total explicada de 1,2%, com  $\alpha = 0,641$ .

A segunda ACP realizada corresponde às questões 7, 11 e 12 do questionário (Apêndice A – Questionário), com o objetivo de simplificar a informação e com isto excluir dados que possam estar repetidos. Foi utilizado o método de rotação Varimax com normalização de Kaiser. Após realizar a mesma, as variáveis obtidas foram validadas através da análise estatística do *Alpha de Cronbach*.

Esta ACP diz respeito ao segundo objetivo que é compreender até que ponto é que o uso do telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional, como durante uma viagem.

Com base neste objetivo a ACP agrupou os diferentes indicadores das três perguntas em quatro componentes (Tabela 4):

- Primeira componente: Social.
- Segunda componente: Férias.
- Terceira componente: Frequência.
- Quarta Componente: Individual.

*Tabela 4 - Componentes principais para compreender o quanto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional ou durante uma viagem*

	<b>Matriz de Componentes<sup>a</sup></b>			
	Social	Férias	Frequência	Individual
Usa o smartphone quando está a falar com outras pessoas?	,771	,216	,095	,101
Usa o smartphone quando está a comer?	,733	,152	,231	-,004
As pessoas que se encontram à sua volta queixam-se que usa demais o seu smartphone?	,710	,256	,048	,189

**Matriz de Componentes<sup>a</sup>**

	Componentes			
	Social	Férias	Frequência	Individual
Sente que recebeu uma notificação no seu smartphone mesmo quando não recebeu?	,707	,211	,025	,227
Acha difícil controlar o uso do smartphone?	,602	-,008	,367	,215
Sente-se perdido e frustrado sem o seu smartphone?	,520	,068	,323	,021
Ver restaurantes?	,146	,885	,230	,078
Ver locais a visitar?	,164	,883	,197	,080
Procurar alojamento?	,176	,806	,093	,059
Perceber a língua?	,168	,667	,190	,183
Com que frequência utiliza o smartphone no horário útil?	,077	-,033	,748	,048
Com que frequência usa o smartphone no seu dia a dia?	,195	,287	,646	-,050
Com que frequência o smartphone facilitou uma situação?	,011	,205	,614	,157
Com que frequência utiliza o seu smartphone durante uma viagem?	,234	,311	,545	-,065
Com que frequência utiliza o smartphone ao fim de semana?	,360	,372	,534	-,255
Com que frequência o smartphone o distrai das suas tarefas?	,214	,115	,514	,328
Tenta não usar o seu smartphone?	-,052	,189	,031	,733
Sente-se forçado a mudar de hábitos para se adaptar aos smartphones?	,418	-,001	-,045	,604
Arrisca um trabalho, uma oportunidade académica ou uma oportunidade de desenvolvimento de carreira porque usa demais o seu smartphone?	,429	-,002	,114	,532
Tenta não usar o seu smartphone?				
Não se consegue concentrar nas suas tarefas devido ao uso do smartphone?	,492	,186	,202	,530
<b>Valores próprios</b>	<b>6,692</b>	<b>2,198</b>	<b>1,575</b>	<b>1,138</b>
<b>Variância Explicada (%)</b>	<b>33,461</b>	<b>10,988</b>	<b>7,874</b>	<b>5,690</b>
<b>Percentagem Acumulada</b>	<b>33,461</b>	<b>44,449</b>	<b>52,322</b>	<b>58,013</b>
<b>Alfa de Cronbach (<math>\alpha</math>)</b>	<b>0,838</b>	<b>0,880</b>	<b>0,765</b>	<b>0,663</b>

Nota: Resultado da ACP: matriz após rotação varimax, com normalização Kaiser, convergente em 3 iterações. Medida KMO = 0,858, Teste de Bartlett = 1911,924, Significância = 0,000

A primeira componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis em que as pessoas, quando estão num contexto Social, utilizam ou não o *smartphone* e este tem uma variância total explicada de 6,7%, com  $\alpha = 0,838$ .

A segunda componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis sobre o uso que as pessoas dão ao *smartphone* quando se encontram em Férias e este tem uma variância total explicada de 2,2%, com  $\alpha = 0,880$ .

A terceira componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis sobre com que Frequência é que as pessoas utilizam o *smartphone* em qualquer situação que justifique e tendo este uma variância total explicada de 1,6%, com  $\alpha = 0,765$ .

A quarta componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis em que as pessoas utilizam o *smartphone* num contexto Individual onde são as pessoas que decidem o quanto é que o mesmo influencia a rotina e este tem uma variância total explicada de 1,1%, com  $\alpha = 0,663$ .

A terceira ACP realizada corresponde à questão 10 do questionário (Apêndice A – Questionário), cujo objetivo é compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel. Após realizar a mesma, as variáveis obtidas foram validadas através da análise estatística do *Alpha de Cronbach*.

Com base neste objetivo a ACP agrupou os diferentes indicadores da pergunta em quatro componentes (Tabela 5):

- Primeira componente: Dependência.

Tabela 5 - Componentes principais para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel

<b>Matriz de Componentes<sup>a</sup></b>	
	Componentes
	Dependência
Usa o telemóvel na casa de banho?	,800
A primeira coisa que faz quando acorda é mexer no smartphone?	,770
A utilização do smartphone distrai-a das suas tarefas?	,731
Dados de verificação de saúde?	,635
Utiliza o smartphone como despertador?	,506
Valores próprios	2,425

Variância Explicada (%)	48,508
Percentagem Acumulada	48,508
Alfa de Cronbach ( $\alpha$ )	0,726
Medida KMO = 0,760, Teste de Bartlett = 225,457, Significância = 0,000	

A componente, obtida através da realização da ACP, agrupa as variáveis que dizem respeito à Frequência com que as pessoas utilizam o *smartphone* e este tem uma variância total explicada de 2,4%, com  $\alpha = 0,726$ .

#### 4.2.2. Teste das hipóteses em estudo (ANOVA)

Através das Análises de Variância Univariada foi possível analisar qual o efeito que as variáveis independentes – idade, género, estado civil, escolaridade e atividade profissional – exercem sobre as componentes que resultaram da análise fatorial – Internet, entretenimento, agenda, telefone, social, férias, frequência, individual e dependência – que caracterizam o impacto dos *smartphones* na vida das pessoas.

A

Tabela 1 Tabela 6 mostra quais são as hipóteses que foram verificadas neste estudo, de acordo com o objetivo que se propôs estudar.

Tabela 6 - Resultados das hipóteses da investigação.

H1 – O nível de dependência do <i>smartphone</i> é igual entre géneros?
H2 – O nível de dependência da utilização do <i>smartphone</i> é influenciado pelo estado civil?
H3 – O género das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> ?
H4 – O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do <i>smartphone</i> para fins de entretenimento?
H5 – O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> ?
H6 – A profissão das pessoas da amostra explica a frequência do <i>smartphone</i> ?
H7 – A profissão das pessoas da amostra explica a dependência do <i>smartphone</i> ?

Para verificar a hipótese número um, o nível de dependência do *smartphone* é igual entre géneros, sabe-se que da amostra recolhida (

Tabela 7) são as pessoas do género feminino que se encontram mais dependentes da utilização do *smartphone* do que as pessoas do sexo masculino.

Tabela 7 - Análise descritiva da variável dependente dependência com a variável independente género

Dados Descritivas								
FAC1_Dependencia								
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	95% Intervalo de Confiança		Mínimo	Máximo
					Limite Inferior	Limite Superior		
Feminino	159	-,0366897	1,04827586	,08313368	-,2008863	,1275070	-2,31817	2,11339
Masculino	66	,0883887	,87395596	,10757654	-,1264565	,3032339	-2,31817	2,11339
Total	225	,0	1,0	,06666667	-,1313741	,1313741	-2,31817	2,11339

De acordo com a Tabela 8, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância na dependência do *smartphone* no género feminino (sig de 0,00), enquanto no género masculino não existe muito significância. Segundo o teste da homogeneidade das variâncias (Tabela 9),  $F_{(1,223)} = 6,152$  e sig = 0,014 não se rejeita a nossa hipótese.

Tabela 8 - Teste de normalidade entre a variável dependente dependência com a variável independente género

Teste de Normalidade							
	P2_Género	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC1_Dependencia	Feminino	,101	159	,000	,962	159	,000
	Masculino	,077	66	,200*	,985	66	,630

\*. Este é o limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 9 - Teste da homogeneidade das variâncias entre a variável dependente dependência e a variável independente género

Teste da Homogeneidade das Variâncias				
FAC1_Dependencia				
Estatística Levene	df1	df2	Sig.	
6,152	1	223	,014	

Desta forma, segundo a Tabela 10 ( $F_{(1,223)} = 0,729$  e sig = 0,394), não existem evidências para afirmar que a dependência é diferente entre géneros.

Tabela 10 - Análise da variância univariada da variável dependente dependência com a variável independente género

ANOVA					
FAC1_Dependencia					
	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.
Entre grupos	,730	1	,730	,729	,394
Dentro dos Grupos	223,270	223	1,001		
Total	224,000	224			

Da hipótese número dois, o nível de dependência da utilização do *smartphone* é influenciado pelo estado civil, sabe-se que da amostra recolhida tanto são as pessoas que se encontram casadas como os solteiros que se encontrem dependentes ao *smartphone* (Tabela 11).

Tabela 11 - Análise descritiva da variável dependente dependência com a variável independente estado civil

Dados Descritivas								
FAC1_Dependencia								
				95% Intervalo de confiança				
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Limite Inferior	Limite Superior	Mínimo	Máximo
Solteiro(a)	108	,2674375	,89432667	,08605662	,0968403	,4380347	-2,31817	2,11339
Casado(a)/Companheiro(a)	107	-,1980443	1,02703606	,09928732	-,3948911	-,0011975	-2,31817	1,91167
Divorciado(a)/Separado(a)	8	-,7665506	1,09847890	,38837094	-1,6849019	,1518008	-2,31817	1,00550
Viúvo(a)	2	-,7800526	,56972720	,40285797	-5,8988484	4,3387432	-1,18291	-,37719
Total	225	,0000000	1,00000000	,06666667	-,1313741	,1313741	-2,31817	2,11339

De acordo com a Tabela 12, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância na dependência do *smartphone* nas pessoas cujo estado civil é casado(a)/Separado(a), enquanto que nos estados civis solteiro (a) e divorciado(a)/separado(a) não existe muita significância. Segundo o teste da homogeneidade das variâncias (Tabela 13),  $F_{(3,221)} = 2,493$  e  $sig = 0,061$  a hipótese é rejeitada.

Tabela 12 - Teste de normalidade entre a variável dependente dependência e a variável independente estado civil

Teste de Normalidade							
	P3_EstadoCivil	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC1_Dependencia	Solteiro(a)	,068	108	,200*	,981	108	,132
	Casado(a)/Comp anheiro(a)	,115	107	,001	,952	107	,001
	Divorciado(a)/Se parado(a)	,182	8	,200*	,970	8	,894
	Viúvo(a)	,260	2	.			

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 13 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente dependência com a variável independente estado civil

**Teste da Homogeneidade das Variâncias**

FAC1_Dependencia			
Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
2,493	3	221	,061

Desta forma segundo a Tabela 14, ( $F_{(3,221)} = 6,374$  e sig = 0,000), não existem evidências para afirmar que a dependência é influenciado pelo estado civil.

Tabela 14 - Teste da variância univariada da variável dependente dependência e da variável independente estado civil

**ANOVA**

FAC1_Dependencia					
	Somatório dos Quadrados	df	Média dos Quadrados	F	Sig.
Entre grupos	17,839	3	5,946	6,374	,000
Dentro dos Grupos	206,161	221	,933		
Total	224,000	224			

A hipótese número três, o género das pessoas da amostra explica a utilização social dos *smartphones*, sabe-se que da amostra recolhida são as pessoas do género feminino que o utilizam mais os *smartphones* num contexto social em vez das pessoas do género masculino (Tabela 15).

Tabela 15 - Análise descritiva da variável dependente social e da variável independente género

Dados Descritivas								
FAC1_Social								
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	95% Intervalo de confiança		Mínimo	Máximo
					Limite Inferior	Limite Superior		
Feminino	151	-,0429923	,93252335	,07588767	-,1929391	,1069546	-1,84228	2,74051
Masculino	63	,1030450	1,14731090	,14454759	-,1859016	,3919915	-1,83758	3,33616
Total	214	,0000000	1,00000000	,06835859	-,1347460	,1347460	-1,84228	3,33616

De acordo com a Tabela 16, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância na componente social das pessoas do género feminino (sig de 0,050) enquanto nas pessoas do sexo masculino existe uma baixa significância. Segundo o teste da homogeneidade das variâncias (Tabela 17),  $F_{(1,212)} = 5,046$  e sig = 0,025 não se rejeita a hipótese.

Tabela 16 - Teste de normalidade da variável dependente social e da variável independente género

Teste de Normalidade							
	P2_Género	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC1_Social	Feminino	,072	151	,050	,959	151	,000
	Masculino	,067	63	,200*	,976	63	,244

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 17 - Teste da homogeneidade das variâncias entre a variável dependente social com a variável independente género

Teste da Homogeneidade das Variâncias				
FAC1_Social				
Estatística de Levene	df1	df2	Sig.	
5,046	1	212	,026	

Desta forma a Tabela 18, mostra que existem evidências para afirmar que o género das pessoas explica a utilização do *smartphone* para fins sociais, uma vez que,  $F_{(1,212)} = 0,948$  e sig = 0,331.

Tabela 18 - Teste da variância univariada da variável dependente social com a variável independente género

ANOVA					
FAC1_Social					
	Somatório dos Quadrados	df	Média dos Quadrados	F	Sig.
Entre grupos	,948	1	,948	,948	,331
Dentro dos Grupos	212,052	212	1,000		
Total	213,000	213			

A hipótese número quatro, o estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do *smartphone* para fins de entretenimento, sabe-se que da amostra recolhida tanto são as pessoas que se encontram casadas/companheiros como os solteiros que utilizam o mesmo para fins de entretenimento (Tabela 19).

Tabela 19 - Análise descritiva da variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil

Dados Descritivas								
FAC2_Entretenimento								
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	95% Intervalo de confiança			
					Limite Inferior	Limite Superior	Mínimo	Máximo
Solteiro(a)	108	,2491333	1,01171931	,09735274	,0561429	,4421238	-2,83064	2,70673
Casado(a)/Companheiro(a)	107	-,1797010	,92359500	,08928730	-,3567218	-,0026802	-2,70130	2,39146
Divorciado(a)/Separado(a)	8	-,5807140	,73883100	,26121621	-1,1983922	,0369642	-1,78346	,38796
Viúvo(a)	2	-1,5163407	1,66743872	1,17905723	-16,4976833	13,4650018	-2,69540	-,33728
Total	225	,0000000	1,00000000	,06666667	-,1313741	,1313741	-2,83064	2,70673

De acordo com a

Tabela 20, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância maior nas pessoas cujo estado civil é solteiro(a) e casado(a)/companheiro(a) e uma menor significância nas pessoas que são divorciadas/separadas. Segundo o teste da homogeneidade das variâncias (Tabela 21),  $F(3,221) = 0,585$  e  $\text{sig} = 0,625$  não se rejeita a hipótese.

Tabela 20 - Teste da normalidade entre a variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil

Teste de Normalidade							
	P3_EstadoCivil	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC2_Entretenimento	Solteiro(a)	,077	108	,136	,979	108	,086
	Casado(a)/Comp anheiro(a)	,136	107	,000	,981	107	,134
	Divorciado(a)/Se parado(a)	,138	8	,200*	,966	8	,866
	Viúvo(a)	,260	2	.			

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 21 - Teste da homogeneidade da variável dependente entretenimento com a variável independente estado civil

#### Teste da Homogeneidade das Variâncias

FAC2_Entretenimento			
Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
,585	3	221	,625

Desta forma a Tabela 22, mostra que não existem evidências para afirmar que o estado civil das pessoas que compõem a amostra explica a utilização do *smartphone* para fins de entretenimento, uma vez que  $F_{(3,221)} = 6,226$  e  $sig = 0,000$ .

Tabela 22 - Teste da variância univariada da variável dependente entretenimento e a variável independente estado civil

#### ANOVA

FAC2_Entretenimento					
	Somatório dos Quadrados	df	Média dos Quadrados	F	Sig.
Entre grupos	17,455	3	5,818	6,226	,000
Dentro dos Grupos	206,545	221	,935		
Total	224,000	224			

A hipótese número cinco, o estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social só *smartphone*, sabe-se que da amostra recolhida tanto são as pessoas que se encontram

casadas/companheiros como os solteiros que utilizam o mesmo para fins sociais (Tabela 23).

Tabela 23 - Análise descritiva da variável dependente social com a variável independente estado civil

<b>Dados Descritivas</b>								
FAC1_Social								
					<u>95% Intervalo de confiança</u>			
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Limite Inferior	Limite Superior	Mínimo	Máximo
Solteiro(a)	103	,1776203	1,04239513	,10271024	-,0261050	,3813456	-1,83758	3,33616
Casado(a)/Companheiro(a)	102	-,1562042	,95354623	,09441515	-,3434985	,0310900	-1,84228	2,58704
Divorciado(a)/Separado(a)	8	-,4481915	,46160743	,16320287	-,8341049	-,0622780	-,95262	,34438
Viúvo(a)	1	1,2234700	.	.	.	.	1,22347	1,22347
Total	214	,0000000	1,00000000	,06835859	-,1347460	,1347460	-1,84228	3,33616

De acordo com a Tabela 24, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância maior nas pessoas cujo estado civil é solteiro(a) e divorciado(a)/separado(a) e uma menos significância nas pessoas que se encontram casado(a)/companheiro(a). Segundo o teste da homogeneidade das variâncias (

Tabela 25),  $F_{(2,210)} = 2,126$  e  $sig = 0,122$  não se rejeita a hipótese.

Tabela 24 - Teste da normalidade entre a variável dependente social e da variável independente estado civil

		Teste de Normalidade <sup>c</sup>					
		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	P3_EstadoCivil	Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC1_Social	Solteiro(a)	,053	103	,200 <sup>*</sup>	,979	103	,095
	Casado(a)/Comp anheiro(a)	,103	102	,010	,944	102	,000
	Divorciado(a)/Sep arado(a)	,167	8	,200 <sup>*</sup>	,924	8	,466

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

c. FAC1\_Social é constante quando P3\_EstadoCivil = Viúvo(a). Foi omitido.

Tabela 25 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente social e da variável independente estado civil

**Teste da Homogeneidade das Variâncias**

FAC1\_Social

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
2,126 <sup>a</sup>	2	210	,122

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for FAC1\_Social.

Desta forma a Tabela 26, mostra-nos que existem evidências para afirmar que o estado civil influencia a utilização social do *smartphone*, uma vez que  $F_{(3,210)} = 3,032$  e sig = 0,030.

Tabela 26 - Tabela da variância univariada da variável dependente social com a variável independente estado civil

**ANOVA**

FAC1\_Social

	Somatório dos Quadrados	df	Média dos Quadrados	F	Sig.
Entre grupos	8,842	3	2,947	3,032	,030
Dentro dos Grupos	204,158	210	,972		
Total	213,000	213			

A hipótese número seis, a profissão das pessoas da amostra explica a frequência do *smartphone*, sabe-se que da amostra recolhida são as pessoas que têm um emprego a full-time que explica a utilização com maior frequência do *smartphone* (Tabela 27).

Tabela 27 - Análise descritiva da variável dependente frequência com a variável independente atividade profissional

Dados Descritivas								
FAC3_Frequencia								
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	95% Intervalo de confiança		Mínimo	Máximo
					Limite Inferior	Limite Superior		
Empregado Full-Time	154	,0308921	,89169621	,07185493	-,1110638	,1728480	-2,50074	1,85377
Empregado Part-Time	10	-,0503893	1,09018621	,34474715	-,8302615	,7294830	-2,02409	1,21288
Empresário/ Profissional Independente	11	,3771749	1,39439429	,42042570	-,5595919	1,3139417	-1,65815	2,28822
Desempregado	5	-,4591754	1,69841130	,75955262	-2,5680316	1,6496807	-2,51442	2,09596
Estudante	28	-,0096035	1,00742358	,19038516	-,4002416	,3810345	-1,93084	1,75500
Reformado	4	-,4427519	1,10912993	,55456497	-2,2076251	1,3221213	-1,99829	,62021
Doméstico	2	-2,0333147	2,59388913	1,83415659	-25,3384838	21,2718545	-3,86747	-,19916
Total	214	,0000000	1,00000000	,06835859	-,1347460	,1347460	-3,86747	2,28822

De acordo com a Tabela 28, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância maior nas pessoas que têm um emprego a full-time do que das pessoas com as restantes profissões. Através do teste da homogeneidade das variância (Tabela 29),  $F_{(6,207)} = 3,139$  e  $\text{sig} = 0,006$  não se rejeita a hipótese.

Tabela 28 - Teste de normalidade da variável dependente frequência com a variável independente atividade profissional

Teste de Normalidade							
	P5_ActividadeProfissio nal	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC3_Frequencia	Empregado Full-Time	,133	154	,000	,959	154	,000
	Empregado Part-Time	,146	10	,200*	,932	10	,469
	Empresário/Profissio nal Independente	,134	11	,200*	,938	11	,501
	Desempregado	,187	5	,200*	,969	5	,866
	Estudante	,090	28	,200*	,977	28	,785
	Reformado	,303	4	.	,910	4	,482
	Doméstico	,260	2	.			

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 29 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente frequência e da variável independente atividade profissional

**Teste da Homogeneidade das Variâncias**

FAC3\_Frequencia

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
3,139	6	207	,006

Desta forma a Tabela 30, mostra-nos que existem evidências para afirmar que a profissão das pessoas influencia a frequência com que se utiliza o *smartphone*, uma vez que  $F_{(6,207)} = 2,032$  e  $sig = 0,063$ .

Tabela 30 - Tabela de variância univariada da variável dependente frequência e da variável independente atividade profissional

**ANOVA**

FAC3\_Frequencia

	Sumatório dos Quadrados	df	Média dos Quadrados	F	Sig.
Entre grupos	11,847	6	1,974	2,032	,063
Dentro dos Grupos	201,153	207	,972		
Total	213,000	213			

Por fim a hipótese número sete, a profissão das pessoas da amostra explica a dependência do *smartphone*, sabe-se que da amostra recolhida são as pessoas que têm um emprego a full-time que explica a dependência do *smartphone* (Tabela 31).

Tabela 31 - Análise descritiva da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional

Dados Descritivos								
FAC1_Dependencia								
	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	95% Intervalo de confiança			
					Limite Inferior	Limite Superior	Mínimo	Máximo
Empregado Full-Time	162	,0070322	,99953298	,07853073	-,1480510	,1621153	-2,31817	2,11339
Empregado Part-Time	11	-,0155990	,79170703	,23870865	-,5474750	,5162771	-1,35238	1,12751
Empresário/Profissional Independente	11	-,3333420	1,40815923	,42457598	-1,2793562	,6126723	-2,09228	1,91167
Desempregado	5	-,8711157	1,39237797	,62269036	-2,5999813	,8577499	-2,31817	,81212
Estudante	29	,3012696	,74445132	,13824114	,0180954	,5844437	-1,36045	1,26364
Reformado	4	-,2306451	,78139950	,39069975	-1,4740261	1,0127359	-1,18291	,60206
Doméstico	3	-,2531730	1,39362465	,80460957	-3,7151286	3,2087826	-1,58064	1,19832
Total	225	,0000000	1,00000000	,06666667	-,1313741	,1313741	-2,31817	2,11339

De acordo com a Tabela 32, o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov mostra que existe uma significância maior nas pessoas que têm como atividade profissional empregado full-time, e uma menor significância nas pessoas com outras profissões diferentes desta. Através do teste de homogeneidade das variâncias (Tabela 33),  $F_{(6,218)} = 2,203$  e  $\text{sig} = 0,044$ , não se rejeita a hipótese nula.

Tabela 32 - Teste de normalidade da variável dependente dependência com a variável independente atividade profissional

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	P5_ActividadeProfissional	Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
FAC1_Dependencia	Empregado Full-Time	,093	162	,002	,975	162	,004
	Empregado Part-Time	,173	11	,200*	,943	11	,556
	Empresário/Profissional Independente	,151	11	,200*	,923	11	,341
	Desempregado	,264	5	,200*	,858	5	,222
	Estudante	,129	29	,200*	,915	29	,022
	Reformado	,193	4	.	,978	4	,888
	Doméstico	,202	3	.	,994	3	,853

\*. Este é um limite inferior do verdadeiro significado.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabela 33 - Teste da homogeneidade das variâncias da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional

**Teste da Homogeneidade das Variâncias**

FAC1_Dependencia			
Estatística de Levene	df1	df2	Sig.
2,203	6	218	,044

Desta forma a Tabela 34, mostra que existe evidências para afirmar que a profissão das pessoas influencia a dependência do *smartphone*, uma vez que  $F_{(6,218)} = 1,357$  e sig = 0,233.

Tabela 34 - Tabela da variância univariada da variável dependente dependência e da variável independente atividade profissional

**ANOVA**

FAC1_Dependencia					
	Sumatório dos	df	Média dos	F	Sig.
	Quadrados		Quadrados		
Entre grupos	8,064	6	1,344	1,357	,233
Dentro dos Grupos	215,936	218	,991		
Total	224,000	224			

A Tabela 35 mostra se as hipóteses em estudo são ou não verificadas.

Tabela 35 - Resultado da verificação das hipóteses em causa

	Resultado
H1 – O nível de dependência do <i>smartphone</i> é igual entre géneros?	Verifica-se
H2 – O nível de dependência da utilização do <i>smartphone</i> é influenciado pelo estado civil?	Não se verifica
H3 – O género das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> ?	Verifica-se
H4 – O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do <i>smartphone</i> para fins de entretenimento?	Não se verifica
H5 – O estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do <i>smartphone</i> ?	Verifica-se
H6 – A profissão das pessoas da amostra explica a frequência do <i>smartphone</i> ?	Verifica-se
H7 – A profissão das pessoas da amostra explica a dependência do <i>smartphone</i> ?	Verifica-se

## 4.2.3. Análise de Correlações

A Tabela 36 apresenta o resultado da análise de correlações proveniente dos componentes da ACP, com o objetivo de encontrar associações mais significativas entre duas variáveis, obtendo um único valor entre o coeficiente de correlação -1 e 1.

Tabela 36 - Correlações entre dimensões

	Social	Ferías	Frequência	Individual	Dependência	Internet	Entretenimento	Agenda	Telefone
Social	1								
	214								
Ferías	,000	1							
	1,000								
	214	214							
Frequência	,000	,000	1						
	1,000	1,000							
	214	214	214						
Individual	,000	,000	,000	1					
	1,000	1,000	1,000						
	214	214	214	214					
Dependência	<b>,400**</b>	<b>,483**</b>	<b>,360**</b>	<b>,242**</b>	1				
	,000	,000	,000	,000					
	214	214	214	214	225				
Internet	,155*	<b>,541**</b>	<b>,211**</b>	<b>,206**</b>	<b>,525**</b>	1			
	,023	,000	,002	,002	,000				
	214	214	214	214	225	225			
Entretenimento	<b>,431**</b>	,121	<b>,219**</b>	,067	<b>,435**</b>	,000	1		
	,000	,078	,001	,332	,000	1,000			
	214	214	214	214	225	225	225		
Agenda	-,126	-,099	<b>,178**</b>	,073	,035	,000	,000	1	
	,065	,147	,009	,288	,604	1,000	1,000		
	214	214	214	214	225	225	225	225	
Telefone	,033	<b>,353**</b>	<b>,191**</b>	-,051	<b>,207**</b>	,000	,000	,000	1
	,634	,000	,005	,460	,002	1,000	1,000	1,000	
	214	214	214	214	225	225	225	225	225

\*\*p&lt;0,01 \*p&lt;0,05

No que diz respeito à Dependência verificamos que existe uma associação positiva com todos os fatores, em que são eles Social, Férias, Diária e Individual, em que a relação mais forte está entre Dependência com Férias onde  $\rho=0,483$ , no entanto também se

verifica uma relação forte com o Social ( $\rho=0,400$ ). Ou seja, a dependência dos *smartphones* é maior quando as pessoas se encontram de férias e na esfera social.

A utilização da Internet relaciona-se positivamente com Férias, Diária e Individual mas é com o Férias que tem uma relação mais forte onde o  $\rho=0,541$  e isto mostra que as pessoas quando estão de férias utilizam mais a Internet.

O Entretenimento que se dá ao *smartphone* relaciona-se positivamente com Social, Frequência e Dependência mas é com os fator de Dependência ( $\rho=0,435$ ) que tem uma relação mais forte pois o facto de cada vez mais estes aparelhos serem vistos como um mini computador faz com que as pessoas o utilizem para entretenimento e consequentemente fiquem dependentes dele. Contudo, também existe uma relação forte com o fator Social ( $\rho=0,431$ ).

O aumento de Frequência da utilização do telefone é potenciada pela finalidade de uso como Agenda ( $\rho=0,431$ ) e isto verifica-se na correlação positiva que existe entre os dois fatores.

Por fim, o componente Telefone relaciona-se positivamente com as componentes Férias, Frequência e Dependência, mas a relação mais forte é com as Férias ( $\rho=0,353$ ) pois é quando as pessoas têm mais tempo para utilizar o *smartphone* enquanto telefone e não enquanto “*smart*”.

### 4.3. Discussão de Resultados

Através da análise dos resultados obtidos, verifica-se que em primeiro lugar a maioria das pessoas que constituem a amostra tinha uma média de idades de trinta e cinco anos com um desvio padrão de doze anos, isto diz-nos que a variância da média de respostas variam entre os vinte e três anos e os quarenta e sete anos. No entanto, o questionário foi respondido por três pessoas que têm a idade mais baixa (dezassete anos) e por duas pessoas que têm a idade mais elevada (sessenta e sete anos) (Gráfico 5). Verifica-se também que 25% das idades correspondem a cerca de pessoas com vinte e cinco anos e 75% a idades de quarenta e cinco anos (Tabela 2).

Das 225 respostas, 71% dizem respeito a pessoas do género feminino (Gráfico 5) e 48% têm como estado civil casado(a)/companheiro(a) (Gráfico 6). Em termos de escolaridade, 50% das pessoas que responderam ao inquérito são licenciadas e só apenas 2% é que têm o ensino básico (Gráfico 7).

Das respostas obtidas no questionário, conseguimos concluir que o *smartphone* tem um peso grande na vida das pessoas uma vez que a maioria das mesmas utilizam-no no seu dia a dia, ou então de uma forma bastante frequente, onde é comprovado pela análise fatorial realizada através da junção das perguntas 7, 11 e 12 do questionário (**Erro! Marcador não definido. Erro! A origem da referência não foi encontrada.**), onde um dos componentes corresponde à frequência de utilização do *smartphone* e que se justifica através variância total explicada de 1,6%, com  $\alpha = 0,765$  (Tabela 4).

O dia a dia das pessoas é dividido em vida pessoal e profissional. Na vida pessoal o *smartphone* é bastante utilizado uma vez que é usado num contexto social, onde tem variância total explicada de 6,7%, com  $\alpha = 0,838$  (Tabela 4) e num contexto de entretenimento em que tem uma variância total explicada de 2,6%, com  $\alpha = 0,835$  (Tabela 3).

Para além do contexto social, o *smartphone* também é utilizado na altura em que as pessoas se encontram em férias, mas é com o objetivo mais pratico e não num contexto de passar o tempo, ou seja, é utilizado para procurar sítios a visitar ( $M=3,45$ ) ou os restaurantes que existem na região ( $M=3,49$ ) (Tabela 58).

Este dispositivo também é utilizado de uma forma individual, onde é dependente de cada pessoa a utilização que dá ao mesmo e do efeito que este tem na vida dele, tanto seja de

uma forma direta, em que a pessoa não se consiga concentrar nas suas tarefas, como de uma forma indireta (Tabela 48, Tabela 49).

Posto isto, o segundo objetivo de compreender até que ponto é que o uso do telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quando pessoal, profissional, como durante uma viagem encontra-se validado, pois conseguimos identificar as diferentes utilizações que as pessoas dão a este aparelho tecnológico.

Dos dados obtidos, também foi efetuada uma ACP onde junta todas as perguntas do questionário que dizem respeito à utilização do *smartphone* em quanto telemóvel, ou seja, usado para efetuar/receber chamadas, enviar/receber sms ou enviar mensagens instantâneas (Tabela 3). O mesmo também tem uma componente de agenda uma vez que, com a constante evolução dos *smartphones* na vida das pessoas e a elevada utilização o mesmo tem que conter a calendarização das tarefas diárias, ou das notas do dia a dia (Tabela 3). Por fim, e sem menos importância, o *smartphone* é utilizado para aceder à Internet, e quem diz isto, pode ser para ver a meteorologia, consultar blogues, obter direções, efetuar compras online, etc. (Tabela 3).

Posto isto, o primeiro objetivo de verificar quais as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia encontra-se validado, pois conseguimos identificar quais as principais utilizações que são dadas a este aparelho tecnológico.

Para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel, as mesmas responderam que a primeira coisa que fazem de manhã mal acordam é utilizá-lo e ficarem a par das novidades (M=3,15) bem como despertador (M=4,39) (Tabela 54). Um dado curioso é que o *smartphone* está tão presente na nossa vida que o mesmo também é utilizado quando as pessoas vão para a casa de banho (M=3,26).

Depois de validados todos os resultados das análises efetuadas anteriormente constatou-se que não se conseguiu verificar todas as hipóteses que foram apresentadas no terceiro capítulo (Tabela 35).

De acordo com os dados recolhidos através do questionário, as hipóteses que se verificaram foram: o nível de dependência do *smartphone* é igual entre géneros; o género das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*; o estado civil das pessoas da amostra explica a utilização social do *smartphone*; a profissão das pessoas da amostra explica a frequência do *smartphone*; a profissão das pessoas da amostra explica

a dependência do *smartphone*. Por consequência, as que não se verificaram foram: o nível de dependência da utilização do *smartphone* é influenciado pelo estado civil e o estado civil das pessoas da amostra explica a utilização do *smartphone* para fins de entretenimento.

Por fim, ao efetuar a análise de correlações entre todas as componentes da ACP (Tabela 36), conseguimos concluir que existe uma maior relação entre a componente dependência com a componente férias ( $\rho=0,483$ ) e social ( $\rho=0,400$ ). A componente Internet tem uma relação mais forte com férias ( $\rho=0,541$ ) e isto mostra que as pessoas quando estão de férias utilizam mais a Internet. A componente entretenimento tem uma relação mais forte com a componente dependência uma vez que estes aparelhos estão constantemente presentes no nosso dia a dia e em maior parta das tarefas que efetuamos. A frequência de utilização deste também está fortemente ligada à utilização num contexto de agenda ( $\rho=0,431$ ). Por último, a componente telefone tem uma relação maior com a componente férias pois é quando as pessoas têm mais tempo para utilizar o *smartphone* e onde dão relevância à expressão “pôr a conversa em dia”.



## Capítulo 5 – Conclusões e recomendações

### 5.1. Principais conclusões

Torna-se cada vez mais recorrente vermos pessoas de todas as idades com *smartphones*, desde os mais jovens aos mais idosos. Também é de notar que sempre que uma pessoa anda na rua vê outra a utilizar o aparelho seja qual for o seu propósito.

Numa sociedade onde esta utilização é cada vez mais elevada, onde se verifica que todas as pessoas que responderam ao questionário têm *smartphone* e utilizam-no para diferentes propósitos, é de esperar que as mesmas acabem por ser influenciadas de uma forma direta ou indireta, mas é cada uma delas que têm a capacidade de se deixarem influenciar mais ou menos.

De acordo com o levantamento literário, as pessoas acabam por ser influenciadas a adquirirem um *smartphone* por verem outras pessoas a utilizar, o que leva à questão do quão são consumistas, ou então pelo tipo de influência que existe no seio familiar. Ou seja, se os membros compostos pelo agregado familiar (as pessoas com quem se convive diariamente) usufruírem bastante desta nova tecnologia as outras pessoas também vão acabar por não ficarem indiferentes e também vão querer adquirir o mesmo.

Ao adquirirem este aparelho, passam a ter ao dispor um elevado número de oportunidades que antes só eram possíveis ser efetuadas num computador. Com a possibilidade de as pessoas estarem em permanente contato com esta tecnologia pode fazer com que as ajude na realização de algumas tarefas ou mesmo quando se encontram em férias (e isso faz com que não se preocupem tanto na altura de marcar) mas também as pode fazer ficarem bastante dependentes e já fazer parte do seu dia a dia, o que leva ao excesso de utilização e isso pode fazer com que possam perder algumas oportunidades por estarem distraídas a usufruírem das diversas aplicações que existem.

Assim, esta dissertação tem três objetivos que se pretende provar para chegar ao objetivo principal.

Após efetuar a análise de resultados, para o primeiro objetivo de se verificar quais são as motivações que as pessoas têm na utilização do telemóvel, bem como os tipos de utilização mais importantes no dia a dia, verificou-se que as pessoas utilizam o *smartphone* para facilitar as suas tarefas diárias. Como já se verificou anteriormente, e com base na literatura, este aparelho tecnológico deixou de ser um simples instrumento

para realizar e receber chamadas ou sms, pois também é usado como um minicomputador que à distancia de poucos *clicks* disponibiliza as mesmas funções que as pessoas usufruíam caso estivessem sentadas à frente de um computador, claro que essas funções não podem ser nada complexas.

Para o segundo objetivo de compreender até que ponto é que o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, como profissional, como durante uma viagem, verificou-se que, as pessoas utilizam-no com mais ou com menos frequência dependendo das situações em que se encontram, mas também depende das pessoas porque da amostra recolhida houve pessoas que disseram que nunca utilizam o *smartphone* quando estão com amigos e outras responderam ocasionalmente. Isto mostra que, quando as pessoas se encontram presencialmente, este aparelho é posto de parte (mas não se pode esquecer que não se sabe com que pessoas é que estas falam, e se são as mesmas com que se encontraram).

Por fim, em relação ao último objetivo de compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel verificou-se que, de acordo com a revisão da literatura e dos dados recolhidos, o *smartphone* tem vindo a ter um crescente peso na vida das pessoas e o mesmo torna as pessoas dependentes nas mais variadas tarefas que queiram desempenhar, como a função de despertador pela manhã, a função social se manter a par do que está a acontecer com os outros, a função de entretenimento para que se passe o tempo de uma forma mais rápida, a função de viagens uma vez que as pessoas cada vez efetuam menos planeamento porque confiam muito no *smartphone*, e na primeira função de todas do telemóvel que é efetuar e receber chamadas e enviar ou receber sms.

## 5.2. Implicações desta investigação

Conforme o título do trabalho indica, o objetivo foi perceber qual a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem. No entanto, outros objetivos se podem retirar deste uma vez que existe todo um mundo a ser explorado.

Um desses exemplos pode ser ajudar a definir políticas de medidas a utilizar com moderação nas escolas, uma vez que se as pessoas não podem fugir desta realidade, podem combater de forma a utilizarem este dispositivo móvel para ajudar a fazer com que as pessoas se consigam controlar. Outro exemplo é o caso do novo sistema operativo iOS 12, uma vez que este tem uma aplicação que mede o “Tempo do ecrã”, onde mostra quanto tempo do dia é que as pessoas se dedicam à utilização do mesmo e assim conseguem ter uma noção da média de tempo utilizado.

Outra implicação do estudo pode ser para efetuar campanhas de marketing das empresas de telemóveis promovendo novos produtos com funcionalidades mais apelativas para que as pessoas o possam adquirir. Uma dessas inovações poderia passar pelo aumento da capacidade da bateria, uma vez que, cada vez mais os dispositivos são mais exigentes e as baterias não são tão fortes. Em paralelo também se poderia desenvolver uma nova forma de carregar o telemóvel onde passaria por diminuir o tempo em que o *smartphone* se encontra ligado à corrente elétrica, pois o mesmo estão cada vez mais tempo ligado ao nosso dia a dia.

Por fim, uma implementação possível passaria por ajudar a perceber a utilização que as pessoas dão ao mesmo para direcionar a criação de futuras aplicações, pois com isto, as aplicações iriam estar cada vez mais direcionadas para as rotinas que cada um efetua no computador, em que se passaria a poder efetua-las através do *smartphone*.

### **5.3.Limitações do estudo**

A amostra recolhida com a aplicação do questionário não foi tão representativa quanto desejável (N=225), pois o questionário não chegou a todas as pessoas, e às pessoas que chegou e que algumas delas optaram por não responder.

Esta amostra também não é representativa em termos de região pois as pessoas que responderam encontram-se espalhadas pelos concelhos de Portugal, havendo por exemplo casos em que só uma pessoa do concelho é que respondeu ao questionário como Vila do Bispo (N=1), Torres Novas (N=1), Tomar (N=1). Com estas poucas respostas não foi possível chegar a nenhuma conclusão válida, pois uma pessoa não é representativo como nos outros casos que obteve mais respostas como nos concelhos de Sintra (N=60) e Lisboa (N=62).

A disponibilização do questionário *online* e a partilha do mesmo poderia ter sido feita durante mais tempo e deveria ter sido feita de forma mais exaustiva do que aquela que foi, para conseguir chegar a toda a população e assim ser mais representativo e mais abrangente de Portugal.

Considerando as razões anteriormente apresentadas, os resultados deste estudo não podem ser considerados como representativos e não podem ser retiradas conclusões que caracterizem todos os utilizadores portugueses que utilizem o *smartphone* no seu dia a dia. Porém, o objetivo deste estudo era perceber qual é a influência que o telemóvel tem no quotidiano das pessoas, nomeadamente se consegue fazer com que as pessoas se tornem dependentes do mesmo sem se aperceberem.

#### **5.4. Propostas de investigação futura**

Como proposta de investigação futura, propõe-se estudar o cruzamento da utilização dos telemóveis nas relações interpessoais pois quando as pessoas falam através deste dispositivo estão consequentemente a relacionar-se e isso provoca que estejam constantemente a falar com os mesmos e não conhecerem pessoas novas.

Seria interessante levar este estudo para outros países Europeus ou mesmo mundiais onde o impacto do *smartphone* é mais representativo e estão a ser constantemente lançados novos dispositivos móveis.

Seria igualmente interessante efetuar um estudo do ponto de vista das organizações que criam *smartphones* e das organizações que criam aplicações para perceber que cuidados é que eles têm quando estão a desenvolver um novo produto e qual é o grande objetivo do mesmo.



## Bibliografia

- Aljomaa, S. S., Mohammad, M. F., Albursan, I. S., Bakhiet, S. F., & Abduljabbar, A. S. (2016). Smartphone addiction among university students in the light of some variables. *Computers in Human Behavior*, 61, 155–164.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.041>
- Aoki, Kumiko e Downes, Edward J. (2003), *An Analysis of Young People's Use of and Attitudes toward Cell Phones, Telematics and Informatics 20*, Japão: Elsevier, 343-364.
- ANACOM. (2012). *Serviços Móveis - Informação Estatística(2012, 3ºTrimestre)*. Autoridade Nacional de Comunicações.
- ANACOM. (2016). *Serviços Móveis. Autoridade Nacional de Comunicações*, (Fevereiro).
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. In *Social Learning Theory* (1–46).  
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01621.x>
- Cadeias, D., & Valor, D. (2007). O Mercado Nacional das Comunicações Móveis.
- Campbell, S.W. Perceptions of MÓbile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies. *Communication Education*. (2006) 55, (3), 280-294.
- Cardoso, Gustavo, Rita Espanha, Vera Araújo, e Maria do Carmo Gomes (2007). *O Mercado Nacional das Comunicações Móveis Das Cadeias de Valor às Redes de Valor*. OberCom.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society. Massachusetts: Blackwell Publishing* (Vol. I). <https://doi.org/10.2307/1252090>
- Charlton, T.; Panting, C.; Hannan (2002) Mobile telephone ownership and usage among 10-and 11 yearolds: participation and exclusion. *Emotional and Behavioral Difficulties*, 7, (3), 152-163.
- Childers, T. L., & Rao, A. R. (1992). The Influence of Familial and Peer-Based Reference Groups on Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*.  
<https://doi.org/10.1086/209296>
- Conole, G., Galley, R., & Culver, J. (2011). Frameworks for understanding the nature of interactions, networking, and community in a social networking site for academic practice. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 12(3), 119–138. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- D' Oliveira, T. (2007). *Teses e Dissertações: Recomendações para a Elaboração e Estruturação de Trabalhos Científicos*, Editora RH.
- Eliot, R.; Jankel-Elliot, N. (2003) Using ethnography in strategic consumer research. *Qualitative Market Research*, 6, (4), 215-223.
- Fachada, M. O. (2010). *Psicologia das Relações Interpessoais*. In 1º Edição.
- Fachada, M. O. (2003). *Psicologia das Relações Interpessoais*. In 2o Volume (105–107).
- FastFormat (2018). *Teorias, Hipoteses, Variáveis dependentes e independentes*. Disponível em: <https://blog.fastformat.co/teorias-hipoteses-variaveis-dependentes-e-independentes>
- Fortunati, L. Italy: stereotypes, true and false. Em J. E. Katz and M. A. Aakhus (2002) (Eds.) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. New York: Cambridge University Press, NY, 42-62.

- Furman, W., & Buhrmester, D. (1985). Children's perceptions of the personal relationships in their social networks. *Developmental Psychology*, 21(6), 1016–1024. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.21.6.1016>
- Gökçearsan, Ş., Mumcu, F. K., Haşlaman, T., & Çevik, Y. D. (2016). Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 639–649. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.091>.
- Google. (2018). Google Forms - create and analyze forms, for free. *Google Forms*.
- Grupo Merktest. (2017). Os portugueses nas redes sociais 2017, 3. Retrieved from [http://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto\\_Portugueses\\_Redess\\_Sociais\\_2017.pdf](http://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redess_Sociais_2017.pdf)
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Higgins, E. T. (2000). Social cognition: Learning about what matters in the social world. *European Journal of Social Psychology*, 30(1), 3–39. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(200001/02\)30:1<3::AID-EJSP987>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(200001/02)30:1<3::AID-EJSP987>3.0.CO;2-I)
- Hoflich, Joachim e Rossler, Patrick (2002), Más que un Teléfono: el teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes – resultados de un estudio piloto, *Revista de estudios de Juventud* 57, Madrid: Instituto de la Juventud, 79-100.
- Kasesniemi, Eija-Liisa e Rautiainen, Pirjo (2002), Mobile Culture of Children and Teen-agers in Finland, in James Katz., Mark Aakhus (eds.), *Perpetual Contact, Mobile communication, Private Talk. Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, 170-192.
- Lasen, Amparo (2004), *Emotions and Digital Devices – Affective Computing and Mobile Phones*, Reino Unido: Digital World Research Center, Surrey University.
- Lee, S. Y. (2014). Examining the factors that influence early adopters' smartphone adoption: The case of college students. *Telematics and Informatics*, 31(2), 308–318. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2013.06.001>
- Lee, Y. K., Chang, C. T., Lin, Y., & Cheng, Z. H. (2014). The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress. *Computers in Human Behavior*, 31(1), 373–383. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.047>
- Ling, Richard (2004), *The Mobile connection: The cell phone's impact on society*, San Francisco: Elsevier.
- Ling, Richard e YTTTRI, Birgitte (2000), Nobody sits at home and waits for the telephone to ring: micro and hyper-coordination through the use of the mobile telephones, Noruega: Telenor.
- Lorente, Santiago (2002), Juventud y Teléfonos Móviles: Algo más que una moda, *Revista de Estudios de Juventud* 57, Madrid: Instituto de la Juventud, 9-24.
- Mante-Meijer, Enid e Pires, Dóris (2002), El Uso de la Mensajería Móvil por los Jóvenes en Holanda, *Revista de Estudios de Juventud* 57, Madrid: Instituto de la Juventud, 47-58.
- Marktest Consulting (2017). “Análise sobre o comportamento dos portugueses nas redes sociais.”.
- OberCom (2012). *A Internet em Portugal 2012*. OberCom.
- OberCom (2017). *A Internet em Portugal 2017*. OberCom.

- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) *Web site*.  
Acedido em Setembro 7, 2018, em  
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/pt/quesitos/work-life-balance-pt/>
- Pardal, Luís, e Eugénia Correia (1995). “Métodos e Técnicas de Investigação Social.”  
10. Porto: Areal Editores.
- Palen, Leysia, Salzman, Marilyn e Youngs, Ed (2000), Going Wireless: Behaviour and  
practice of new mobile phone users, EUA: Computer Supported Cooperative  
Work (CSCW'00), 2-6.12, 201-210.
- Plant, Sadie (2001), On the Mobile: The effects of mobile telephones on social an  
individual life, Motorola.
- Puro, Jukka-Pekka (2002), Filand: a mobile culture, in James Katz e Mark Aakhus  
(eds.), Perpetual Contact, Mobile Communication, Private Talk, Public  
Performance, Cambridge: Cambridge University Press, 19-29.
- Quivy, Raymond, e Luc Van Campenhoudt (1998). “Manual de Investigação em  
Ciências Sociais.”.
- Rosen, Christine (2004), Our Cell Phones, Ourselves, The New Atlantis Journal 6,  
EUA: Ethics and Public Policy Center, 26-45.
- Samaha, M., & Hawi, N. S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress,  
academic performance, and satisfaction with life. *Computers in Human  
Behavior*, 57, 321–325. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.045>
- Schneider, P. A. (2016). Review Author ( s ): Peter A . Schneider Published by :  
American Marketing Association Stable URL :  
<http://www.jstor.org/stable/1252090> Accessed : 21-03-2016 01 : 16 UTC Your  
use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions  
of , 61(4), 96–97.
- Streck, Helen (2011). “Social Networks and their Impact on Records and Information  
Management.” ARMA International Educational Foundation. Pittsburg, PA  
15241 USA. 3-9.
- Tussyadiah, I., & Zach, F. (2011). The Influence of Technology on Geographic  
Cognition and Tourism Experience. In *Information and Communication  
Technologies in Tourism 2011*. [https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0503-0\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0503-0_23)
- Vincent, Jane e Harper, Richard (2003), Social shaping of UMTS: Preparing the 3G  
customer, Reino Unido: UTMS Forum Report 26.
- Wac, K., Ickin, S., Hong, J.-H., Janowski, L., Fiedler, M., & Dey, A. K. (2011).  
Studying the experience of mobile applications used in different contexts of  
daily life. Proceedings of the First ACM SIGCOMM Workshop on  
Measurements up the Stack - W-MUST '11, 7.  
<https://doi.org/10.1145/2018602.2018605>
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2014). Adapting to the mobile world: A  
model of smartphone use. *Annals of Tourism Research*, 48, 11–26.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.04.008>
- Wilska, Terhi-Anna (2003), Mobile Phone Use as a Part of Young People's  
Consumptions Styles, *Journal of Consumer Policy* 26, Holanda: SprigerLink,  
441-463.
- Yoon, K. (2006). The Making of neo-Confucian cyberkids: representations of young  
mobile phone users in South Korea. *New, Media and Society*, 8,(5), 753-771.



## **Apêndices**

**Apêndice A – Questionário**

Olá! O meu nome é Jorge Caracol e sou aluno do 2º ano de Mestrado do curso de Gestão de Sistemas de Informação do ISCTE-IUL. Encontro-me presentemente a realizar um projeto de dissertação que tem como objetivo compreender em que medida é que as pessoas estão tão ligadas ao telemóvel no seu dia a dia, independente de usar, tanto na sua vida pessoal como profissional.

Este questionário é confidencial e será apenas usado para efeitos de investigação no contexto do ISCTE-IUL. Agradecemos o **favor de responder a todas as questões**. Por favor responda com X às questões de escolha múltipla. Este questionário demorará no máximo 10 minutos a ser respondido. Lisboa, fevereiro de 2018.

**Grupo I – Dados Sociodemográficos**

Idade: \_\_ anos

Género: Feminino  Masculino

Estado Civil:

Solteiro(a)  Casado(a)/Companheiro(a)  Divorciado(a)/Separado(a)   
 Viúvo(a)

Escolaridade:

Ensino Básico  Ensino Secundário  Licenciatura  Mestrado   
 Outro  \_\_\_\_\_

Profissão:

Empregado a full-time  Empregado a part-time  Desempregado   
 Estudante  Reformado  Domestico

**Concelho (ir procurar ao Google os que existam e escrever aqui):**

[Lista de Concelhos de Portugal atualizados à data de 2018]

**7 - Responda de 1 a 5:**

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Sempre
Com que frequência usa o smartphone no seu dia a dia?					
Com que frequência o smartphone o distrai das suas tarefas?					
Com que frequência utiliza o smartphne no horário útil?					
Com que frequência utiliza o smartphone ao fim de semana?					
Com que frequência utiliza o seu smartphone durante uma viagem?					
Com que frequência o smartphone facilitou uma situação?					

**8 - Das seguintes, identifique por ordem de importância as principais utilizações que dá ao smartphone:**

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferentes	Importante	Muito Importante
Aceder a redes sociais?					
Aceder a jornais?					
Aceder ao email?					
Navegar no browser?					
Jogar?					
Telefonar?					
Enviar SMS?					
Enviar mensagens instantâneas (Whatsapp)?					
Efetuar compras online?					
Consultar blogs?					
Para escrever notas?					
Como lembrete para efetuar uma tarefa?					
Ouvir musica?					
Tirar Fotografias?					
Visualizar vídeos nos diferentes distribuidores de multimédia (Youtube)					
Utilizar como GPS?					
Ver a meteorologia?					
Comprar bilhetes para espetáculos?					

**9 - Escolha entre 1 (nenhuma motivação) a 5 (principal motivação) das razões abaixo apresentadas para utilização do smartphone:**

	Nada Importante	Pouco Importante	Indiferentes	Importante	Muito Importante
Utilização de redes sociais para efeitos de lazer:					
Manter-se em contacto com os outros:					
Alimentação:					
Segurança:					
Planeamento de viagens:					
Direções:					
Transportes:					
Acomodação:					
Coisas para fazer (lembretes):					
Acesso À cultura:					
Estar isolado:					
Ostentação:					
Hábito:					
Passar tempo:					

**10 - Resposta às perguntas abaixo, consoante se discorda totalmente ou se concorda totalmente:**

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
A primeira coisa que faz quando acorda é mexer no smartphone?					
Utiliza o smartphone como despertador?					
A utilização do smartphone distrai-a das suas tarefas?					
Dados de verificação de saúde?					
Usa o telemóvel na casa de banho?					

**11 - Responda às perguntas abaixo, em que 1 (Nunca) e 5 (Sempre):**

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Sempre
Sente-se perdido e frustrado sem o seu smartphone?					
Acha difícil controlar o uso do smartphone?					
Arrisca um trabalho, uma oportunidade académica ou uma oportunidade de desenvolvimento de carreira porque usa demais o seu smartphone? Tenta não usar o seu smartphone?					
Tenta não usar o seu smartphone?					
Não se consegue concentrar nas suas tarefas devido ao uso do smartphone?					
Usa o seu smartphone quando está a comer?					
Usa o smartphone quando está a falar com outras pessoas presencialmente?					
Sente que recebeu uma notificação no seu smartphone mesmo quando não recebeu?					
As pessoas que se encontram à sua volta queixam-se que usa demais o seu smartphone?					
Sente-se forçado a mudar de hábitos para se adaptar aos smartphones?					

**12 - Quando vai de férias, em que medida usas o telemóvel para (1-5):**

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Sempre
Procurar alojamento?					
Ver locais a visitar?					
Ver restaurantes?					
Perceber a língua?					

## Apêndice B – Estatísticas Descritivas

### Estatísticas descritivas dos dados Sociodemográficos

Tabela 37 - Tabela de frequências e medidas descritivas das variáveis Idade

N	Válidos	225
	Não Válidos	0
Média		35,03
Erro Padrão da Média		0,820
Mediana		31,00
Moda		26 <sup>a</sup>
Mínimo		17
Máximo		67
Percentis	25	25,00
	50	31,00
	75	45,00

Tabela 38 - Tabela de frequências da variável Idade

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
Válidos 17	3	1,3	1,3	1,3
18	3	1,3	1,3	2,7
19	4	1,8	1,8	4,4
20	12	5,3	5,3	9,8
21	3	1,3	1,3	11,1
22	7	3,1	3,1	14,2
23	2	0,9	0,9	15,1
24	8	3,6	3,6	18,7
25	15	6,7	6,7	25,3
26	17	7,6	7,6	32,9
27	17	7,6	7,6	40,4
28	10	4,4	4,4	44,9
29	4	1,8	1,8	46,7
30	7	3,1	3,1	49,8
31	4	1,8	1,8	51,6
32	4	1,8	1,8	53,3
33	3	1,3	1,3	54,7
34	7	3,1	3,1	57,8
35	3	1,3	1,3	59,1
36	2	0,9	0,9	60,0

	Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
37	2	0,9	0,9	60,9
38	3	1,3	1,3	62,2
39	2	0,9	0,9	63,1
40	2	0,9	0,9	64,0
42	2	0,9	0,9	64,9
43	3	1,3	1,3	66,2
44	17	7,6	7,6	73,8
45	17	7,6	7,6	81,3
46	1	0,4	0,4	81,8
47	3	1,3	1,3	83,1
48	3	1,3	1,3	84,4
49	1	0,4	0,4	84,9
50	2	0,9	0,9	85,8
51	3	1,3	1,3	87,1
52	1	0,4	0,4	87,6
53	4	1,8	1,8	89,3
54	5	2,2	2,2	91,6
55	4	1,8	1,8	93,3
56	2	0,9	0,9	94,2
57	4	1,8	1,8	96,0
58	3	1,3	1,3	97,3
60	1	0,4	0,4	97,8
63	2	0,9	0,9	98,7
64	1	0,4	0,4	99,1
67	2	0,9	0,9	100,0
Total	225	100,0	100,0	

Tabela 39 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Género

N	Válidos	225
	Não Válidos	0
Média		0,29
Erro Padrão da Média		0,030
Mediana		0,00
Moda		0
Mínimo		0
Máximo		1
Percentis	25	0,00
	50	0,00
	75	1,00

Tabela 40 - Tabela de frequências da variável Género

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
Válidos	Feminino	159	70,7	70,7	70,7
	Masculino	66	29,3	29,3	100,0
	Total	225	100,0	100,0	

Tabela 41 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Estado Cível

N	Válidos	225
	Não Válidos	0
Média		0,57
Erro Padrão da Média		0,041
Mediana		1,00
Moda		0
Mínimo		0
Máximo		3
Percentis	25	0,00
	50	1,00
	75	1,00

Tabela 42 - Tabela de frequências da variável Estado Civil

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
Válidos	Solteiro(a)	108	48,0	48,0	48,0
	Casado(a)/Companheiro(a)	107	47,6	47,6	95,6
	Divorciado(a)/Separado(a)	8	3,6	3,6	99,1
	Viúvo(a)	2	0,9	0,9	100,0
	Total	225	100,0	100,0	

Tabela 43 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Escolaridade

N	Válidos	225
	Não Válidos	0
Média		1,96
Erro Padrão da Média		0,054
Mediana		2,00
Moda		2
Mínimo		0
Máximo		4
Percentis	25	1,00
	50	2,00
	75	2,00

Tabela 44 - Tabela de frequências da variável Escolaridade

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
Válidos	Ensino Básico	7	3,1	3,1	3,1
	Ensino Secundário	52	23,1	23,1	26,2
	Licenciatura	113	50,2	50,2	76,4
	Mestrado	49	21,8	21,8	98,2
	Doutoramento	4	1,8	1,8	100,0
	Total	225	100,0	100,0	

Tabela 45 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Atividade Profissional

N	Válidos	225
	Não Válidos	0
Média		0,90
Erro Padrão da Média		0,108
Mediana		0,00
Moda		0
Mínimo		0
Máximo		6
Percentis	25	0,00
	50	0,00
	75	1,00

Tabela 46 - Tabela de frequências da variável Atividade Profissional

		Frequência	Percentagem	Percentagem Válida	Percentagem Cumulativa
Válidos	Empregado Full-Time	162	72,0	72,0	72,0
	Empregado Part-Time	11	4,9	4,9	76,9
	Empresário/Profissional Independente	11	4,9	4,9	81,8
	Desempregado	5	2,2	2,2	84,0
	Estudante	29	12,9	12,9	96,9
	Reformado	4	1,8	1,8	98,7
	Doméstico	3	1,3	1,3	100,0
	Total	225	100,0	100,0	

## Apêndice C – Análise Fatorial

### 7 - Resposta de 1 a 5 à frequência de utilização diária do *smartphone*

Tabela 47 - Tabela de frequências da variável Utilização Diária do Smartphone

	Nunca		Raramente		Ocasionalmente		Frequentemente		Sempre	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P7.01_Freq_usonodia_a_dia	0	0,0%	1	0,4%	21	9,3%	94	41,8%	109	48,4%
P7.02_Freq_distraidastarefas	13	5,8%	43	19,1%	121	53,8%	46	20,4%	2	0,9%
P7.03_Freq_utilizahorariodetrabalho	11	4,9%	30	13,3%	108	48,0%	58	25,8%	18	8,0%
P7.04_Freq_utilizaafimdesemana	0	0,0%	10	4,4%	51	22,7%	98	43,6%	66	29,3%
P7.05_Freq_utilizaduranteumaviagem	5	2,2%	25	11,1%	75	33,3%	79	35,1%	41	18,2%
P7.06_Freq_ajudouaresolverumasituacao	0	0,0%	10	4,4%	38	16,9%	143	63,6%	34	15,1%

Tabela 48 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável Utilização Diária do Smartphone

	Média	Desvio Padrão
P7.01_Freq_usonodia_a_dia	4.38	.67
P7.02_Freq_distraidastarefas	2.92	.81
P7.03_Freq_utilizahorariodetrabalho	3.19	.94
P7.04_Freq_utilizaafimdesemana	3.98	.84
P7.05_Freq_utilizaduranteumaviagem	3.56	.99
P7.06_Freq_ajudouaresolverumasituacao	3.89	.70

Tabela 49 - Tabela de frequências da variável das seguintes, identifique por ordem de importância as principais utilizações que dá ao *smartphone*

	Nada importante		Pouco importante		Mediamente importante		Importante		Muito importante	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	P8.01_Acederaredessociais	10	4,4%	24	10,7%	46	20,4%	89	39,6%	56
P8.02_Acederajornais	15	6,7%	40	17,8%	83	36,9%	69	30,7%	18	8,0%
P8.03_Acederaoemail	4	1,8%	14	6,2%	29	12,9%	87	38,7%	91	40,4%
P8.04_Navegarnobrowser	9	4,0%	34	15,1%	36	16,0%	94	41,8%	52	23,1%

	Nada		Pouco		Mediamente		Importante		Muito	
	importante		importante		importante		importante		importante	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P8.05_Jogar	64	28,4%	65	28,9%	54	24,0%	28	12,4%	14	6,2%
P8.06_Telefonar	0	0,0%	6	2,7%	9	4,0%	52	23,1%	158	70,2%
P8.07_EnviarSMS	2	0,9%	8	3,6%	18	8,0%	64	28,4%	133	59,1%
P8.08_Enviarmensagensinstantaneas	18	8,0%	10	4,4%	22	9,8%	71	31,6%	104	46,2%
P8.09_Comprasonline	63	28,0%	69	30,7%	47	20,9%	29	12,9%	17	7,6%
P8.10_Consultarblogs	77	34,2%	75	33,3%	46	20,4%	21	9,3%	6	2,7%
P8.11_Escrevernotas	39	17,3%	32	14,2%	44	19,6%	81	36,0%	29	12,9%
P8.12_Comolembreteparaefetu arumatarefa	32	14,2%	19	8,4%	46	20,4%	68	30,2%	60	26,7%
P8.13_Ouvmusica	36	16,0%	44	19,6%	55	24,4%	48	21,3%	42	18,7%
P8.14_TirarFotografias	5	2,2%	9	4,0%	33	14,7%	93	41,3%	85	37,8%
P8.15_Videos	20	8,9%	52	23,1%	59	26,2%	57	25,3%	37	16,4%
P8.16_UtilizarcomoGPS	11	4,9%	18	8,0%	51	22,7%	69	30,7%	76	33,8%
P8.17_Meteorologia	13	5,8%	15	6,7%	59	26,2%	79	35,1%	59	26,2%
P8.18_Comprarbilhetesparaesp etaculos	83	36,9%	62	27,6%	52	23,1%	19	8,4%	9	4,0%

Tabela 50 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável das seguintes, identifique por ordem de importância as principais utilizações que dá ao smartphone

	Média	Desvio Padrão
P8.01_Acederaredesociais	3.70	1.09
P8.02_Acederajornais	3.16	1.03
P8.03_Acederaoemail	4.10	.97
P8.04_Navegarnobrowser	3.65	1.11
P8.05_Jogar	2.39	1.20
P8.06_Telefonar	4.61	.69
P8.07_EnviarSMS	4.41	.85
P8.08_Enviarmensagensinstantaneas	4.04	1.21
P8.09_Comprasonline	2.41	1.23
P8.10_Consultarblogs	2.13	1.07
P8.11_Escrevernotas	3.13	1.30
P8.12_Comolembreteparaefetu arumatar efa	3.47	1.35
P8.13_Ouvmusica	3.07	1.34
P8.14_TirarFotografias	4.08	.94
P8.15_Videos	3.17	1.21
P8.16_UtilizarcomoGPS	3.80	1.14

	Média	Desvio Padrão
P8.17_Meteorologia	3.69	1.11
P8.18_Comprartilhetesparaespetaculos	2.15	1.13

Tabela 51 - Tabela de frequências da variável escolha entre 1 (nenhuma motivação) a 5 (principal motivação) das razões abaixo apresentadas para utilização do smartphone

	Nada		Pouco		Mediamente		Importante		Muito	
	importante		importante		importante		importante		importante	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P9.01_Redessociaisparaefeitos delazer	20	8,9%	18	8,0%	66	29,3%	78	34,7%	43	19,1%
P9.02_Manter_seemcontactocomosoutros	5	2,2%	2	0,9%	21	9,3%	70	31,1%	127	56,4%
P9.03_Procurarlocaisparaalimentacao	23	10,2%	46	20,4%	44	19,6%	86	38,2%	26	11,6%
P9.04_Sentir_seseguroquando utiliza	21	9,3%	26	11,6%	44	19,6%	85	37,8%	49	21,8%
P9.05_Planeamentodeviagens	34	15,1%	28	12,4%	81	36,0%	60	26,7%	22	9,8%
P9.06_Obterdirecoes	15	6,7%	7	3,1%	47	20,9%	81	36,0%	75	33,3%
P9.07_Obtertransportes	30	13,3%	45	20,0%	48	21,3%	63	28,0%	39	17,3%
P9.08_Procuraracomodacao	38	16,9%	40	17,8%	59	26,2%	66	29,3%	22	9,8%
P9.09_Colocarlem Bretes	27	12,0%	23	10,2%	42	18,7%	82	36,4%	51	22,7%
P9.10_Acessocultura	21	9,3%	46	20,4%	73	32,4%	60	26,7%	25	11,1%
P9.11_Estarisolado	72	32,0%	36	16,0%	75	33,3%	23	10,2%	19	8,4%
P9.12_Obterostentacao	137	60,9%	45	20,0%	28	12,4%	9	4,0%	6	2,7%
P9.13_Porestarhabituaado	52	23,1%	31	13,8%	64	28,4%	46	20,4%	32	14,2%
P9.14_Passartempo	37	16,4%	31	13,8%	68	30,2%	53	23,6%	36	16,0%

Tabela 52 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável escolha entre 1 (nenhuma motivação) a 5 (principal motivação) das razões abaixo apresentadas para utilização do smartphone

	Média	Desvio Padrão
P9.01_Redessociaisparaefeitosdelazer	3.47	1.15
P9.02_Manter_seemcontactocomosoutros	4.39	.86
P9.03_Procurarlocaisparaalimentacao	3.20	1.19
P9.04_Sentir_seseguroquando utiliza	3.51	1.22
P9.05_Planeamentodeviagens	3.04	1.18
P9.06_Obterdirecoes	3.86	1.12
P9.07_Obtertransportes	3.16	1.30
P9.08_Procuraracomodacao	2.97	1.24

	Média	Desvio Padrão
P9.09_Colocarlembres	3.48	1.28
P9.10_Acessocultura	3.10	1.13
P9.11_Estarisolado	2.47	1.27
P9.12_Obterostentacao	1.68	1.02
P9.13_Poestarhabitado	2.89	1.35
P9.14_Passartempo	3.09	1.29

Tabela 53 - Tabela de frequências da variável resposta às perguntas abaixo, consoante se discorda totalmente ou se concorda totalmente

	Discordo totalmente		Discordo		Nem concordo nem discordo		Concordo		Concordo totalmente	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	P10.01_Primeiracoisaquefazquandoacorda	42	18,7%	40	17,8%	27	12,0%	75	33,3%	41
P10.02_Comodespertador	19	8,4%	8	3,6%	7	3,1%	24	10,7%	167	74,2%
P10.03_Distraidastarefas	25	11,1%	62	27,6%	81	36,0%	47	20,9%	10	4,4%
P10.04_Verificarsaude	106	47,1%	27	12,0%	43	19,1%	41	18,2%	8	3,6%
P10.05_Usanacasadebanho	52	23,1%	20	8,9%	24	10,7%	76	33,8%	53	23,6%

Tabela 54 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável resposta às perguntas abaixo, consoante se discorda totalmente ou se concorda totalmente

	Média	Desvio Padrão
P10.01_Primeiracoisaquefazquandoacorda	3.15	1.40
P10.02_Comodespertador	4.39	1.24
P10.03_Distraidastarefas	2.80	1.04
P10.04_Verificarsaude	2.19	1.30
P10.05_Usanacasadebanho	3.26	1.50

Tabela 55 - Tabela de frequências da variável resposta às perguntas abaixo, em que 1 (Nunca) e 5 (Sempre)

	Nunca		Raramente		Ocasionalmente		Frequentemente		Sempre	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P11.01_Perdidoefrustradosemoseu	31	13,8%	60	26,8%	81	36,2%	38	17,0%	14	6,3%
P11.02_Difícilcontrolarouseu	48	21,6%	88	39,6%	45	20,3%	31	14,0%	10	4,5%

Uso do Telemóvel: Influência do Uso do Telemóvel no Quotidiano das Pessoas

P11.03_Arriscaumtrabalho	178	79,5%	35	15,6%	7	3,1%	3	1,3%	1	0,4%
P11.04_Tentanaousar	32	14,3%	67	30,0%	91	40,8%	26	11,7%	7	3,1%
P11.05_Naoconsegueconcentrarnassuastarefas	94	42,3%	81	36,5%	37	16,7%	9	4,1%	1	0,5%
P11.06_Quandoestaafalarcomoutraspessoas	71	31,7%	74	33,0%	66	29,5%	12	5,4%	1	0,4%
P11.07_Usaquandoestaacomer	78	34,8%	67	29,9%	53	23,7%	21	9,4%	5	2,2%
P11.08_Sentequerecebeuumanotificacaomesmoquandoaorecebe	109	48,9%	50	22,4%	36	16,1%	22	9,9%	6	2,7%
P11.09_Aspessoasqueixam_sequeusademaisoseusmartphone	110	49,3%	82	36,8%	23	10,3%	5	2,2%	3	1,3%
P11.10_Sente_seforcadoamudardehabitosparaseadaptaraossmartphones	119	53,8%	73	33,0%	20	9,0%	6	2,7%	3	1,4%

Tabela 56 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável resposta às perguntas abaixo, em que 1 (Nunca) e 5 (Sempre)

	Média	Desvio Padrão
P11.01_Perdidoefrustradosemoseu	2.75	1.09
P11.02_Difícilcontrolarouseu	2.40	1.11
P11.03_Arriscaumtrabalho	1.28	.63
P11.04_Tentanaousar	2.59	.98
P11.05_Naoconsegueconcentrarnassuastarefas	1.84	.88
P11.06_Quandoestaafalarcomoutraspessoas	2.10	.93
P11.07_Usaquandoestaacomer	2.14	1.07
P11.08_Sentequerecebeuumanotificacaomesmoquandoaorecebe	1.95	1.14
P11.09_Aspessoasqueixam_sequeusademaisoseusmartphone	1.70	.85
P11.10_Sente_seforcadoamudardehabitosparaseadaptaraossmartphones	1.65	.86

Tabela 57 - Tabela de frequências da variável quando vai de férias, em que medida usas o telemóvel para (1-5)

	Nunca		Raramente		Ocasionalmente		Frequentemente		Sempre	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
P12.01_Procuraralojamento	59	26,2%	32	14,2%	60	26,7%	54	24,0%	20	8,9%
P12.02_Verlocaisavisitar	30	13,3%	16	7,1%	39	17,3%	103	45,8%	37	16,4%
P12.03_Verrestaurantes	17	7,6%	29	12,9%	45	20,0%	94	41,8%	40	17,8%
P12.04_Perceberalingua	29	12,9%	63	28,0%	60	26,7%	50	22,2%	23	10,2%

Tabela 58 - Tabela de frequências e medidas descritivas da variável quando vai de férias, em que medida usas o telemóvel para (1-5)

	Média	Desvio Padrão
P12.01_Procuraralojamento	2.75	1.32
P12.02_Verlocaisavisitar	3.45	1.24
P12.03_Verrestaurantes	3.49	1.15
P12.04_Perceberalingua	2.89	1.19

## Análise Fatorial de componentes principais – Objetivo 1

Tabela 59 - KMO e Teste de Bartlett para as motivações e tipos de utilização diária

Teste KMO e Bartlett's		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,885
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4350,530
	df	496
	Sig.	,000

Tabela 60 - Comunalidades para as motivações e tipos de utilização diária

Comunalidades		
	Initial	Extraction
P8.01_Acederaredessociais	1,000	,606
P8.02_Acederajornais	1,000	,201
P8.03_Acederaoemail	1,000	,411
P8.04_Navegarnobrowser	1,000	,562
P8.05_Jogar	1,000	,322
P8.06_Telefonar	1,000	,646
P8.07_EnviarSMS	1,000	,508
P8.08_Enviarmensagensinst antaneas	1,000	,428
P8.09_Comprasonline	1,000	,552
P8.10_Consultarblogs	1,000	,489
P8.11_Escrevernotas	1,000	,717
P8.12_Comolembreteparaef etuarumatarefa	1,000	,804
P8.13_Ouvmusica	1,000	,397
P8.14_TirarFotografias	1,000	,497
P8.15_Vídeos	1,000	,495

<b>Comunalidades</b>		
	Initial	Extraction
P8.16_UtilizarcomoGPS	1,000	,598
P8.17_Meteorologia	1,000	,428
P8.18_Comprarbilhetespara espetaculos	1,000	,562
P9.01_Redessociaisparaefei tosdelazer	1,000	,702
P9.02_Manter_seemcontact ocomosoutros	1,000	,638
P9.03_Procurarlocaisparaali mentacao	1,000	,579
P9.04_Sentir_seseguroquan doutiliza	1,000	,343
P9.05_Planeamentodeviage ns	1,000	,653
P9.06_Obterdirecoes	1,000	,593
P9.07_Obtertransportes	1,000	,601
P9.08_Procuraracomodacao	1,000	,655
P9.09_Colocarlembretes	1,000	,718
P9.10_Acessocultura	1,000	,608
P9.11_Estarisolado	1,000	,373
P9.12_Obterostentacao	1,000	,440
P9.13_Porestarhabitudo	1,000	,675
P9.14_Passartempo	1,000	,706

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

Tabela 61 - Variância total explicada para as motivações e tipos de utilização diária

<b>Varição Total Explicada</b>									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	Cumulative %	Total	Variance	Cumulative %	Total	Variance	Cumulative %
1	11,252	35,162	35,162	11,252	35,162	35,162	7,256	22,676	22,676
2	2,617	8,178	43,340	2,617	8,178	43,340	4,108	12,837	35,512
3	2,055	6,423	49,763	2,055	6,423	49,763	3,216	10,051	45,564

4	1,584	4,950	54,713	1,584	4,950	54,713	2,928	9,149	54,713
5	1,477	4,616	59,329						
6	1,303	4,072	63,401						
7	1,229	3,841	67,242						
8	,919	2,870	70,112						
9	,847	2,646	72,758						
10	,787	2,460	75,219						
11	,761	2,379	77,598						
12	,678	2,118	79,717						
13	,651	2,033	81,749						
14	,544	1,699	83,448						
15	,510	1,593	85,041						
16	,459	1,435	86,476						
17	,413	1,291	87,767						
18	,398	1,244	89,011						
19	,387	1,210	90,221						
20	,383	1,198	91,420						
21	,352	1,101	92,521						
22	,315	,986	93,506						
23	,303	,946	94,452						
24	,295	,923	95,374						
25	,272	,849	96,223						
26	,259	,809	97,033						
27	,206	,645	97,678						
28	,197	,616	98,294						
29	,175	,546	98,840						
30	,157	,490	99,330						
31	,118	,369	99,698						
32	,096	,302	100,000						

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

Tabela 62 - Matriz de Transformação das componentes principais para as motivações e tipos de utilização diária

<b>Matriz de Transformação de componentes</b>				
Component	1	2	3	4
1	,754	,473	,303	,339
2	,013	-,550	,835	-,007
3	-,602	,315	,223	,699





Acederared essociais	225						
Jogar	,268**	1					
	0,000						
	225	225					
TirarFotogra fias	,412**	,272**	1				
	0,000	0,000					
	225	225	225				
Redessociai sparaefeitos delazer	,744**	,315**	,495**	1			
	0,000	0,000	0,000				
	225	225	225	225			
Manter_see mcontactoc omosoutros	,436**	,241**	,510**	,519**	1		
	0,000	0,000	0,000	0,000			
	225	225	225	225	225		
Poestarhab ituado	,409**	,344**	,397**	,537**	,277**	1	
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
	225	225	225	225	225	225	
Passartemp o	,440**	,430**	,351**	,508**	,253**	,743**	1
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	225	225	225	225	225	225	225

\*\* . A correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

### Componente 3 – Agenda

Tabela 65 - Matriz de correlação da componente Agenda

Correlações				
	Comolembret eparaefetuaru matarefa	Escrevern otas	Colocarlemb etes	Sentir_seseguroqua ndoutiliza
Comolembreteparaefet uarumarefa	1			
	225			
screvernotas	,764**	1		
	0,000			
	225	225		
Colocarlembretes	,796**	,672**	1	
	0,000	0,000		
	225	225	225	
Sentir_seseguroquand outiliza	,290**	,329**	,379**	1
	0,000	0,000	0,000	
	225	225	225	225

\*\* . A correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

### Componente 4 – Telefone

Tabela 66 - Matriz de correlação da componente Telefone

Correlações				
	Navegarnobrow ser	Telefonar	EnviarSMS	Enviarmensagensinstanta neas
Navegarnobrows er	1	,360**	,253**	,305**
		0,000	0,000	0,000
	225	225	225	225
Telefonar	,360**	1	,638**	,224**
	0,000		0,000	0,001
	225	225	225	225
EnviarSMS	,253**	,638**	1	,306**
	0,000	0,000		0,000
	225	225	225	225

**Correlações**

	Navegar no browser	Telefonar	Enviar SMS	Enviar mensagens instantâneas	
Enviar mensagens instantâneas	,305**	,224**	,306**		1
	0,000	0,001	0,000		
	225	225	225		225

\*\* . A correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

**Análise Fatorial de componentes principais – Objetivo 2**

Tabela 67 - KMO e Teste de Bartlett para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem

<b>Teste de KMO e Bartlett</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,858
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1911,924
	df	190
	Sig.	,000

Tabela 68 - Comunalidades para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem

<b>Comunalidades</b>		
	Initial	Extraction
P7.01_Freq_usonodia_a_dia	1,000	,540
P7.02_Freq_distraidastarefas	1,000	,431
P7.03_Freq_utilizahorariodetrabalho	1,000	,569
P7.04_Freq_utilizaofimdesemanana	1,000	,619
P7.05_Freq_utilizaduranteuma viagem	1,000	,453
P7.06_Freq_ajudouaresolverumasituacao	1,000	,443
P11.01_Perdidoefrustradosemoseu	1,000	,380
P11.02_Difícilcontrolarouseu	1,000	,543
P11.03_Arriscaumtrabalho	1,000	,481
P11.04_Tentanaousar	1,000	,577

Comunalidades		
	Initial	Extraction
P11.05_Naoconsegueconce ntrarnassuastarefas	1,000	,598
P11.06_Quandoestaafalarco moutraspessoas	1,000	,613
P11.07_Usaquandoestaaco mer	1,000	,660
P11.08_Sentequerecebeuu manotificacaomesmoquando naorecebe	1,000	,597
P11.09_Aspessoasqueixam_ sequeusademaisoseusmartp hone	1,000	,608
P11.10_Sente_seforcadoam udardehabitosparaseadaptar aossmartphones	1,000	,542
P12.01_Procuraralojamento	1,000	,693
P12.02_Verlocaisavisitar	1,000	,851
P12.03_Verrestaurantes	1,000	,863
P12.04_Perceberalingua	1,000	,543

Método de Extração: Análise de Componentes  
Principais.

Tabela 69 - Variância total explicada para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem

Variância Total Explicada									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	Cumulative %	Total	Variance	Cumulative %	Total	Variance	Cumulative %
1	6,692	33,461	33,461	6,692	33,461	33,461	3,755	18,773	18,773
2	2,198	10,988	44,449	2,198	10,988	44,449	3,285	16,425	35,198
3	1,575	7,874	52,322	1,575	7,874	52,322	2,697	13,483	48,681
4	1,138	5,690	58,013	1,138	5,690	58,013	1,866	9,331	58,013
5	,949	4,746	62,759						
6	,899	4,494	67,253						
7	,791	3,953	71,206						
8	,776	3,880	75,086						
9	,687	3,437	78,523						
10	,658	3,289	81,812						

**Variância Total Explicada**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
11	,569	2,846	84,658						
12	,523	2,614	87,272						
13	,511	2,555	89,827						
14	,418	2,089	91,915						
15	,370	1,851	93,767						
16	,343	1,715	95,482						
17	,292	1,459	96,941						
18	,273	1,365	98,306						
19	,247	1,233	99,540						
20	,092	,460	100,000						

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

*Tabela 70 - Matriz principal dos componentes para compreender até que ponto o telemóvel é usado na vida das pessoas, tanto num quadro pessoal, profissional e numa viagem*

**Matriz de Transformação de Componentes**

Component	1	2	3	4
1	,644	,536	,471	,275
2	,539	-,625	-,304	,476
3	,105	-,560	,722	-,392
4	-,532	-,095	,405	,737

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

Método de Rotação: Varimax com normalização de Kaiser..

**Componente 1 – Social**

Tabela 71 - Matriz de correlação de componente Social

Correlações						
	Usa quando esta a comer	Quando esta a falar com outras pessoas	As pessoas queixam-se que usa demais o seu smartphone	Sente que recebeu uma notificação mesmo quando não recebe	Difícil controlar o uso	Perdido e frustrado o seu
Usa quando esta a comer	1					
	224					
Quando esta a falar com outras pessoas	,627**	1				
	0,000					
	224	224				
As pessoas queixam-se que usa demais o seu smartphone	,597**	,482**	1			
	0,000	0,000				
	223	223	223			
Sente que recebeu uma notificação mesmo quando não recebe	,501**	,525**	,578**	1		
	0,000	0,000	0,000			
	223	223	222	223		
Difícil controlar o uso	,462**	,416**	,435**	,454**	1	
	0,000	0,000	0,000	0,000		
	222	222	221	221	222	
Perdido e frustrado o seu	,377**	,367**	,395**	,340**	,520**	1
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	224	224	223	223	222	224

\*\* . Correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

## Componente 2 – Férias

Tabela 72 - Matriz de correlação da componente Férias

Correlações			
	Procurar alojamento	Ver locais a visitar	Ver restaurantes
Procurar alojamento	1		
	225		
Ver locais a visitar	,698**	1	
	0,000		
	225	225	

**Correlações**

	Procuraralojamento	Verlocaisavisitar	Verrestaurantes	Perceberalingua
Verrestaurantes	,701**	,890**	1	
	0,000	0,000		
	225	225	225	
Perceberalingua	,469**	,559**	,587**	1
	0,000	0,000	0,000	
	225	225	225	225

\*\* . Correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

**Componente 3 – Frequência**

Tabela 73 - Matriz de correlação da componente Frequência

**Correlações**

	Freq_utilizahor ariodetrabalho	Freq_usono dia_a_dia	Freq_ajudouares olverumasituacao	Freq_utilizaduran teumaviagem	Freq_utilizaao fimdesemana	Freq_distrai dastarefas
Freq_utiliza horariodetra balho	1					
	225					
Freq_usono dia_a_dia	,419**	1				
	0,000					
	225	225				
Freq_ajudo uaresolveru masituacao	,351**	,334**	1			
	0,000	0,000				
	225	225	225			
Freq_utiliza duranteuma viagem	,322**	,350**	,411**	1		
	0,000	0,000	0,000			
	225	225	225	225		
Freq_utiliza aofimdesem ana	,313**	,563**	,339**	,492**	1	
	0,000	0,000	0,000	0,000		
	225	225	225	225	225	
Freq_distrai dastarefas	,297**	,346**	,275**	,261**	,352**	1
	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	225	225	225	225	225	225

\*\* . Correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

## Componente 4 – Individual

Tabela 74 - Matriz de Correlações da componente Individual

<b>Correlações</b>				
	Arriscaum trabalho	Tentana ousar	Naoconsegueconcen trarnassuastarefas	Sente_seforcadoamudar dehabitosparsadaptaraossmarp hones
Arriscaumtrabalho	1			
	224			
Tentanaousar	,175**	1		
	0,009	223		
	223	223		
Naoconsegueconcentrar nassuastarefas	,513**	,330**	1	
	0,000	0,000		
	222	221	222	
Sente_seforcadoamudar dehabitosparsadaptar aossmartphones	,416**	,279**	,348**	1
	0,000	0,000	0,000	
	221	220	219	221

\*\* . Correlação é significativa no nível 0.01 (2-tailed).

## Análise Fatorial de componentes principais – Objetivo 3

Tabela 75 - KMO e Teste de Bartlett para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,760
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	225,457
	df	10
	Sig.	,000

Tabela 76 - Comunalidades para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel

<b>Comunalidades</b>		
	Initial	Extraction
P10.01_Primeiracoisaquefaz quandoacorda	1,000	,593
P10.02_Comodespertador	1,000	,256
P10.03_Distraidastarefas	1,000	,535
P10.04_Vericarsaude	1,000	,403
P10.05_Usanacasadebanho	1,000	,639

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

Tabela 77 - Variância total explicada para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel

<b>Total Variance Explained</b>						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,425	48,508	48,508	2,425	48,508	48,508
2	,893	17,861	66,369			
3	,714	14,274	80,643			
4	,504	10,087	90,730			
5	,463	9,270	100,000			

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

Tabela 78 - Matriz de componentes para compreender até que ponto as pessoas estão dependentes do telemóvel

<b>Matriz de Componentes<sup>a</sup></b>	
	Component
	1
P10.05_Usanacasadebanho	,800
P10.01_Primeiracoisaquefaz quandoacorda	,770
P10.03_Distraidastarefas	,731
P10.04_Vericarsaude	,635
P10.02_Comodespertador	,506

Método de Extração: Análise de Componentes Principais.

a. 1 components extracted.